

Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona

Avaluació del Programa d'actuació 2010-2015

Avaluació: Juliol de 2015

**Direcció de Turisme i Esdeveniments
Gerència d'Empresa i Turisme**

Índex

01	INTRODUCCIÓ.....	5
	PRESENTACIÓ.....	5
	Estructura de l'informe	5
	Antecedents del Pla Estratègic de Turisme.....	5
	Sistema d'avaluació dels programes i les propostes d'actuació	9
02	AVALUACIÓ DEL PROGRAMA D'ACTUACIÓ 2010-2015	11
	PROGRAMA 01. DESTINACIÓ BARCELONA.....	11
	PROGRAMA 02. BARRIS I DISTRICTES	15
	PROGRAMA 03. CIUTAT VELLA	20
	PROGRAMA 04. APROFITAMENT TURÍSTIC DE LES INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT I LES NOVES CENTRALITATS URBANES I EQUIPAMENTS	26
	PROGRAMA 05. MÀRQUETING	33
	PROGRAMA 06. ADAPTACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC.....	40
	PROGRAMA 07. INFORMACIÓ I ATENCIÓ	45
	PROGRAMA 08. SOSTENIBILITAT AMBIENTAL	50
	PROGRAMA 09. PROFESSIONALITZACIÓ	54
	PROGRAMA 10. SENSIBILITZACIÓ I PEDAGOGIA.....	61
	PROGRAMA 11. SUPORT I PARTENARIAT AMB LA INDÚSTRIA	66
	PROGRAMA 12. NOVA GOVERNANÇA I FINANÇAMENT	74
	PROGRAMA 13. GESTIÓ MUNICIPAL DELS EFECTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	83
	PROGRAMA 14. INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA	98
	PROGRAMA 15. LIDERATGE TURISME I CIUTAT	102
03	CONCLUSIONS	109
	Avaluació global	109
	Resum de l'avaluació de les propostes	111

01 INTRODUCCIÓ

PRESENTACIÓ

El Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona és l'instrument bàsic de planificació sectorial turística que articula i orienta la gestió i la promoció turística de la ciutat, prioritzant els objectius, les estratègies i les actuacions durant el seu període de vigència 2010-2015.

El Pla Estratègic de Turisme es va elaborar d'acord amb el Programa d'Actuació Municipal del període 2007-2011, per tal de consensuar els aspectes rellevants com les polítiques i els instruments del binomi turisme i ciutat. És a dir, de l'activitat turística i dels sectors implicats, i l'encaix sobre la ciutat.

El Pla Estratègic de Turisme 2015 donava respostes als reptes del turisme a la ciutat que es van identificar com a claus a l'any 2010. El present document avalua l'execució dels programes i les actuacions del Programa d'actuació 2010-2015 en base a la recollida intensiva d'informació de diverses fonts, com el servei de premsa de l'Ajuntament de Barcelona, els documents de la Direcció Operativa de Turisme i Esdeveniments i d'altres.

Estructura de l'informe

El present informe d'avaluació s'ha estructurat en 4 grans seccions: Introducció, avaluació del programa d'actuació 2010-2015, conclusions i annexos.

El primer capítol Introducció descriu els antecedents del Pla Estratègic de Turisme, el seu procés d'elaboració, els principals elements estratègics i l'estructura i objectius del Programa d'Actuació 2010-2015. Tanmateix, inclou el sistema utilitzat per a l'avaluació.

A continuació, el segon apartat resumeix les principals accions relacionades amb cadascun dels programes i les seves actuacions durant el temps d'implementació del pla estratègic.

El tercer capítol recull la valoració quantitativa de la implementació de les mesures del Pla, així com una valoració global per programes i per mesures del mateix.

Antecedents del Pla Estratègic de Turisme

L'octubre de 2010, es va presentar al Consell Plenari la Mesura de Govern del Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona. La mesura va cloure el procés de debat i reflexió dut a terme pel Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona que s'havia iniciat a la tardor del 2008.

El procés d'elaboració es va dividir en dues grans fases, en la primera es va elaborar la Diagnosi Estratègica que es va presentar a través de 150 aspectes clau, una acurada anàlisi i radiografia de l'activitat turística a Barcelona; i a la segona fase es va concretar la Proposta Estratègica redactada des de l'Oficina del Pla amb l'ampli consens per part dels participants en el procés. I finalment, el Programa 2010-2015 com a conjunt d'actuacions a dur a terme en aquest període.

La Proposta Estratègica, concretava la VisióTurismeBCN2020, entenent-la com la projecció de la Barcelona turística del futur i el Model turístic desitjat. Finalment, la Proposta estratègica també definia 10 Reptes del turisme a Barcelona agrupats en 4 blocs o Eixos Estratègics:

- Desconcentració territorial de l'activitat turística.
- Nova governança del turisme en el marc de la ciutat i el seu entorn territorial.
- Generació de complicitats amb la societat i les institucions.
- Lideratge i millora competitiva de la destinació i de les activitats relacionades amb el turisme.

La concreció de la Proposta Estratègica va servir per definir el Programa d'Actuació 2010-2015, que s'estructura en un total de 15 programes.

Els 15 programes s'estructuren en quatre grans blocs:

- Destinació Barcelona: dels barris a la regió
- Màrqueting: què i qui
- Les claus de la competitivitat
- Lideratge i governança: la Barcelona turística del segle XXI

Programes d'actuació 2010-2015	Destinació Barcelona: dels barris a la regió
	1. Destinació Barcelona
	2. Barris i Districtes
	3. Ciutat Vella
	4. Aprofitament turístic de les infraestructures de comunicació i les noves centralitats
	Màrqueting: què i qui
	5. Màrqueting
	6. Adaptació del producte turístic
	7. Informació i atenció
	Les claus de la competitivitat
	8. Sostenibilitat ambiental
	9. Professionalització
	10. Sensibilització i pedagogia
	11. Suport i partenariat amb la indústria
	Lideratge i nova governança: la Barcelona turística del S. XXI
	12. Nova governança i finançament
	13. Gestió municipal dels efectes de l'activitat turística
	14. Intel·ligència turística
	15. Lideratge turisme i ciutat

Cadascun dels diversos programes obeïa a uns determinats objectius estratègics i responia a diferents reptes. Cada programa incloïa tot un seguit d'actuacions, en les que s'hi detallaven els agents implicats i la temporalitat aproximada de la seva aplicació.

1. Destinació Barcelona

Activar i fer realitat les noves dimensions geogràfiques i simbòliques de la destinació.

2. Barris i Districtes

Implicar activament els barris i districtes en la dinàmica turística de la ciutat, convertint-los en objecte turístic, sempre en funció de la seva situació.

3. Ciutat Vella

Preservar i vetllar per la sostenibilitat turística de Ciutat Vella, introduint mecanismes d'ordenació, delimitació i gestió dels efectes de l'activitat turística per tal de millorar els usos del territori i la qualitat de vida dels veïns, així com l'experiència turística dels visitants.

4. Aprofitament turístic de les infraestructures de comunicació i les noves centralitats

Incorporar les noves infraestructures de transport i les transformacions urbanes en curs o previstes, com a oportunitats per desenvolupar el nou model turístic de Barcelona caracteritzat especialment per una major desconcentració i diversitat de l'oferta.

5. Màrqueting

Adaptar el màrqueting al nou model i reptes plantejats, aportant criteris i desenvolupant instruments que permetin millorar la promoció integral de la destinació Barcelona, tot alineant els diferents agents involucrats.

6. Adaptació del producte turístic

Fomentar l'adaptació de la destinació i els productes turístics a les noves tendències i segments de demanda, desenvolupant una oferta d'acord amb el nou Model i Visió del turisme a Barcelona.

7. Informació i atenció

Unificar esforços de comunicació, tant pels ciutadans com pels visitants, afavorint una bona informació i atenció de qualitat, base d'una promoció i experiència turística excel·lent.

8. Sostenibilitat ambiental

Integrar criteris de sostenibilitat ambiental en la planificació i gestió del turisme a Barcelona.

9. Professionalització

Impulsar la formació i la professionalització dels treballadors, directius i empresaris de la indústria turística, per tal de fomentar una oferta de qualitat i la prestació de serveis excel·lents, en un marc òptim de relacions laborals.

10. Sensibilització i pedagogia

Aconseguir un major coneixement i acceptació, per part de la ciutadania, mitjans de comunicació, visitants, institucions i indústria turística en general, del turisme i els seus efectes, tenint en compte tant els positius (a consolidar), com els negatius (a minimitzar).

11. Suport i partenariat amb la indústria

Fomentar la millora integral de la indústria turística, apostant per les noves tecnologies, la qualitat i la innovació com elements clau de la competitivitat de les empreses, els serveis i els productes turístics; enfortint i millorant la coordinació i la cooperació entre els empresaris, el teixit associatiu i l'administració municipal.

12. Nova governança i finançament

Potenciar i adaptar les estructures de planificació, gestió, atenció i promoció del turisme al nou Model Turístic, que es concep com a part del model de ciutat, així com millorar i garantir el seu finançament.

13. Gestió municipal dels efectes de l'activitat turística

Assegurar el desenvolupament de l'activitat turística de forma harmònica amb la dinàmica ciutadana, a través de la coordinació de l'actuació dels diversos serveis municipals implicats.

14. Intel·ligència turística

Estructurar un sistema integral d'intel·ligència i innovació per a la millora de la planificació i gestió turística, tant pública com privada, esdevenint referents internacionals en el coneixement del turisme urbà.

15. Lideratge turisme i ciutat

Contribuir al lideratge internacional de Barcelona com a model sostenible de turisme urbà, essent capdavantera en l'encaix turisme i ciutat.

PROGRAMES
EIXOS

	DESCONCENTRACIÓ	GOVERNANÇA	COMPLICITAT	MILLORA COMPETITIVA I LIDERATGE
Destinació Barcelona: dels barris a la regió				
1. Destinació Barcelona				
2. Barris i Districtes				
3. Ciutat Vella				
4. Aprofitament turístic de les infraestructures de transport i les noves centralitats urbanes i equipaments				
Màrqueting: què i qui				
5. Màrqueting				
6. Adaptació i foment de producte / oferta				
7. Informació i atenció				
Les claus de la competitivitat				
8. Sostenibilitat ambiental				
9. Professionalització				
10. Sensibilització i pedagogia				
11. Suport i partenariat amb la indústria				
Lideratge i nova governança: la Barcelona turística del segle XXI				
12. Nova governança i finançament				
13. Gestió municipal dels efectes de l'activitat turística				
14. Intel·ligència turística				
15. Lideratge turisme i ciutat				

Intensitat de la relació - +

Nota: cada Eix implica la consecució de varis Objectius Estratègics (40 objectius en total)

El Programa d'Actuació 2010-2015 es va plantejar com un treball per fer possibles els dos principals objectius de partida del Pla: la millora de l'encaix turisme i ciutat i la millora competitiva de l'activitat turística de Barcelona.

Sistema d'avaluació dels programes i les propostes d'actuació

D'acord amb altres sistemes d'avaluació ja implementats a diferents plans de l'Ajuntament, s'ha escollit un sistema de valoració amb les següents categories:

- NO INICIAT
- INICIAT
- ASSOLIT
- DESESTIMAT

En l'execució de les mesures/accions/programes NO INICIAT distingim dos estats:

- NO INICIAT Crític
- NO INICIAT No crític

En l'execució de les mesures/accions/programes INICIATS distingim tres estats:

- Crític
- Regular
- Òptim

Paral·lelament per tal d'aprofundir i fer més acurada l'avaluació de les actuacions, s'han utilitzats uns indicadors numèrics que representen el percentatge de compliment de les mesures. La seva correspondència amb les categories anteriors és la següent:

Criteris	Grau de compliment
No iniciat / Crític	0%
No iniciat / No Crític	0%
Iniciat / Crític	25%
Iniciat / Regular	50%
Iniciat / Òptim	75%
Assolit	100%
Desestimat	-%

Per últim, amb l'objectiu de representar els resultats d'aquesta avaluació, es va fixar un codi d'equivalència de colors. La seva correspondència amb les categories i graus de compliment és la següent:

Criteris	Grau de compliment	Codi de color
No iniciat / Crític	0%	
No iniciat / No Crític	0%	
Iniciat / Crític	25%	
Iniciat / Regular	50%	
Iniciat / Òptim	75%	
Assolit	100%	
Desestimat	-%	

Aspectes importants a tenir en compte:

- S'entén aquest document com un informe de seguiment i avaluació del Programa d'actuació 2010-2015 i de totes les seves mesures i programes.
- Aquesta avaluació es considera important de cara a valorar l'aplicació del Pla Estratègic 2015 i com un dels elements de partida per a la revisió i elaboració del proper pla de turisme.
- Per a l'avaluació i seguiment s'ha prioritzat la informació de l'Ajuntament (les àrees municipals, els diferents departaments, els districtes, etc.), i en especial de la Direcció de Turisme i Esdeveniments i les notes de premsa del departament de comunicació municipal.
- Cada àrea de l'Ajuntament ha desenvolupat mesures amb importants implicacions sobre el turisme. També cal destacar les actuacions dels deu districtes i d'ens com Turisme de Barcelona, entre d'altres.
- El llarg període temporal d'abast del pla obliga a categoritzar algunes de les mesures com a desestimades, ja sigui per raons de decisions municipals, de calendari, de recursos o simplement per canvis substancials en l'entorn.
- En aquest document s'ha fet un esforç per relacionar accions realitzades de cada programa, així com una valoració qualitativa dels programes i actuacions.
- La valoració d'una mesura en el seu grau Assolit (100%) no implica necessàriament que no s'hagi de continuar treballant de manera sistemàtica, tant en l'actualitat, com en el futur.
- Finalment, destacar com a important que aquest informe d'avaluació valora l'aplicació de les mesures del pla estratègic i no els resultats de la gestió del dia a dia del turisme a la ciutat, o dels agents que han desenvolupat les actuacions concretes.

02

AVALUACIÓ DEL PROGRAMA D'ACTUACIÓ 2010-2015

PROGRAMA 01. DESTINACIÓ BARCELONA

El programa tractava d'activar i fer realitat les noves dimensions geogràfiques i simbòliques de la destinació Barcelona, més enllà del municipi.

Les mesures del programa són:

- 0101. Criteris i concertació
- 0102. Barcelona, porta d'entrada

Valoració general del programa:

01.	DESTINACIÓ BARCELONA	(50%) Iniciat / Regular
0101.	CRITERIS I CONCERTACIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0102.	BARCELONA, PORTA D'ENTRADA	(0%) No iniciat / No Crític

0101. Criteris i concertació

Aquesta actuació impulsada des de la Promoció Territorial i Turisme i en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme, consorcis de turisme, Ajuntaments i Consells Comarcals de les poblacions de l'entorn metropolità, operadors i comercialitzadors turístics, operadors de transport, tenia per objectiu fomentar espais de relació entre els agents turístics i institucions de la destinació que permetin establir acords i convenis de col·laboració per tal de coordinar esforços de planificació, promoció i gestió.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 010101. Actuacions per a la concertació institucional
- 010102. Creació i promoció de productes i atractius turístics de la destinació Barcelona

010101. Actuacions per a la concertació institucional

L'objectiu específic era aprofundir i ampliar la plataforma de relacions institucionals a fi i efecte de consolidar un marc de treball continuat i cooperatiu. En aquesta línia, es fomenta una major implicació en òrgans comuns, com per exemple Turisme de Barcelona, de les institucions i agents responsables del turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Prosseguir amb el treball de cooperació entre Turisme de Barcelona i la Diputació de Barcelona.

- Signatura del Conveni de col·laboració amb la Diputació de Barcelona per a la promoció turística de la "Destinació Barcelona".
- Accions conjuntes de promoció entre Turisme de Barcelona, Ajuntament i Diputació de Barcelona (workshops, FITUR, EIBTM, SITC..).
- Creació d'un Programa de Promoció conjunt de la Destinació sota l'impuls i coordinació de la Diputació de Barcelona i Turisme de Barcelona.
- Reunió del Grup de reflexió estratègica Diputació de Barcelona – Turisme de Barcelona – Ajuntament de Barcelona.
- Pla de màrqueting turístic de la província de Barcelona "Barcelona és molt més".
- Col·laboració en serveis i productes conjunts: Catalunya Bus Turístic - Oficina d'informació turística de l'Aeroport.
- Publicació del mapa turístic de la Destinació. Edició de materials de difusió conjunta "Barcelona és molt més".
- Organització Jornada de Formació per a tècnics i electes de la província: "Destinació Barcelona": on comença i on acaba.
- Elaboració d'estudis i estadístiques Barcelona - Costa de Barcelona.
- Participació activa de l'Ajuntament de Barcelona i Turisme de Barcelona en el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016.
- Participació en el Grup de Treball de Mobilitat Turística del Pacte per la Mobilitat.
- Conveni TMB i FGC Informació turística a la xarxa de transport públic.
- Potenciació de l'ús de la xarxa de transport públic (TMB i FGC), amb l'abonament HolaBCN.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Fomentar l'ús del transport públic en els desplaçaments turístics a partir de convenis entre les entitats de transport públic i els agents turístics (públics i privats).
- Planificar i regular la mobilitat de visitants.

En les actuacions desenvolupades en aquest darrer àmbit, encara existeix un important marge de millora tant en la coordinació entre agents que participen en la planificació i gestió de la mobilitat, com en la senyalització turística i creació de productes turístics que millorin la mobilitat dels turistes.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

010102. Creació i promoció de productes i atractius turístics de la destinació Barcelona

L'objectiu específic era la identificació, creació, aprofitament turístic i promoció d'actius de la destinació Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Identificar els principals atractius de la destinació, així com les vies d'accés i transports públics, creant material gràfic.
- Publicació mapa turístic de la Destinació. Edició de materials de difusió conjunta "Barcelona és molt més".
- Creació i manteniment d'un inventari de recursos potencialment turístics de la destinació per la seva posada en valor.
- Crear i oferir paquets turístics que incloguin productes combinats entre Barcelona i altres destinacions del territori, tant metropolità com de la resta de Catalunya (Paisatges de Barcelona Pirineus de Barcelona, Costa de Barcelona, Rutes BCN +,

Circuit de BCN, Catalunya Bus Turístic, Fórmula 1, 56è. Edició Ral·li Internacional de cotxes d'època BCN-Sitges, ...).

- Incorporació dels recursos naturals de l'entorn en l'oferta turística de la destinació (Platges de Barcelona, informació de platges, Parcs naturals, APP Rutes Verdes, Mapa de Collserola, Mapa Barcelona + Sostenible).

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Desenvolupar un Pla de senyalització integral de la destinació.
- Difondre la destinació Barcelona, oferint als visitants el nou mapa turístic.

Les actuacions desenvolupades en aquesta mesura presenten un important marge de millora, tant en la senyalització integral de la senyalització coordinant millor els esforços per reduir les diferències existents degut al límits administratius dels diferents municipis, com en la difusió d'un nou mapa turístic integral i integrat de la destinació.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

0102. Barcelona, porta d'entrada

Aquesta actuació impulsada des de la Promoció Territorial i Turisme i en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme, Oficina per a la Candidatura dels Jocs Olímpics d'Hivern – 2022, tenia per objectiu posicionar Barcelona com a porta d'entrada de Catalunya, Espanya, Europa i la Mediterrània pels visitants, segons segments.

Valoració mesura (0%) No iniciat / No Crític

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 010201. Afavorir el posicionament estratègic de "Barcelona, porta d'entrada"
- 010202. Mesures per a l'acompanyament i aprofitament de la pre-candidatura dels Jocs Olímpics d'Hivern-2022

010201. Afavorir el posicionament estratègic de "Barcelona, porta d'entrada"

L'objectiu específic era aprofundir en "Barcelona, porta d'entrada" com a concepte que va més enllà de la promoció turística del territori, ja que també és un element de valor per la ciutat.

Aquest línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Promocionar la capitalitat catalana i mediterrània de Barcelona en els relats i en les actuacions dels agents turístics de la destinació
- Desenvolupar el concepte "Barcelona, porta d'entrada", definint, els elements tangibles i intangibles del mateix
- Introduir el concepte "Barcelona, porta d'entrada" en els diferents suports de promoció de la destinació

Tot i que el concepte de Barcelona porta d'entrada no ha estat desenvolupat, durant els darrers anys ha anat progressant i agafant força el concepte Barcelona Capital de Catalunya.

Valoració (0%) No iniciat / No Crític
--

010202. Mesures per a l'acompanyament i aprofitament de la pre-candidatura dels Jocs Olímpics d'Hivern-2022

L'objectiu específic era desenvolupar un conjunt de mesures dedicades a potenciar els atractius turístics associats als Jocs d'Hivern 2022.

Per decisió de l'Ajuntament la pre-candidatura dels Jocs d'Hivern 2022 i les estructures de gestió associades van ser desestimades, quedant en suspensió pendent d'una decisió definitiva. Totes les estratègies i accions que es derivaven de la pre-candidatura han estat posposades de manera indefinida.

Valoració Desestimat

PROGRAMA 02. BARRIS I DISTRICTES

El programa tractava d'implicar activament els barris i districtes en la dinàmica turística de la ciutat, convertint-los en objecte turístic, sempre en funció de la seva situació.

Les mesures del programa són:

- 0201. La Barcelona dels barris
- 0202. Planificació i gestió del turisme

Valoració general del programa:

02.	BARRIS I DISTRICTES	(75%) Iniciat / Òptim
0201.	LA BARCELONA DELS BARRIS	(75%) Iniciant / Òptim
0202.	PLANIFICACIÓ I GESTIÓ DEL TURISME	(100%) Assolit

0201. La Barcelona dels barris

Aquesta actuació impulsada des dels Districtes i en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, Barcelona Activa, agents del territori, Gremi d'Hotels de Barcelona, Fundació Barcelona Comerç, altres gremis i associacions, tenia per objectiu que el barri esdevingués objecte turístic, afavorint l'impuls d'iniciatives i la creació de producte, per tal de donar oportunitats reals als territoris de participar directament de l'activitat turística.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 020101. Actuacions per a l'impuls d'iniciatives locals als barris
- 020102. Actuacions per a la creació i promoció de producte turístic als barris

020101. Actuacions per a l'impuls d'iniciatives locals als barris

L'objectiu específic era fomentar l'activitat turística als barris, impulsant l'aprofitament turístic dels comerços, mercats, equipaments i activitats d'oci i restauració, així com recolzar els emprenedors i les iniciatives relacionades amb el turisme i afavorir l'ocupació laboral de qualitat en aquest camp.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Treballar amb els eixos i associacions comercials, mercats, restauradors, artesans i altres associacions i agents locals a fi que puguin generar serveis i ofertes també dirigides als visitants (Plans de Comerç de Districte, Barceloneta Cuina, Tast de Sarrià, Hotels amb D.O, Sarrià Districte del Coneixement, Mercat de Mercats, A vista d'Hotel (setmana terrasses), Pinxo-Panxo Ruta de la tapa Nou Barris, etc.).
- Suport a la creació de "marques territorials" com l'associació Forum District i Poblenou Urban District.

- Accions de desenvolupament empresarial pel sector turístic de Barcelona Activa i el programa específic Futurisme.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aprofitament dels equipaments esportius dels barris per a usos turístics.
- Afavorir l'ús dels equipaments turístics als veïns i les veïnes del barri.
- Afavorir l'ocupació laboral en turisme i un consum de proximitat als barris (Hotel W Vela).
- Propiciar que els establiments hotelers o restauradors generin despesa directa a l'entorn proper (comprant producte local) i dinamitzant l'economia de barri.
- Afavorir una ocupació laboral, de qualitat, mitjançant l'establiment de convenis i col·laboracions amb les entitats o centres de formació.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

020102. Actuacions per a la creació i promoció de producte turístic als barris

L'objectiu específic era d'identificar, crear i promoure nous productes turístics als barris, convertint així els barris en objecte turístics i creant nous relats i experiències pels visitants de la destinació.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Identificació de recursos turístics als barris. Treball conjunt amb els districtes i altres agents territorials en el marc dels Plans de Turisme de Districte.
- Base de dades dels Punts Interès Turístic. Creació d'una base de dades de recursos turístic dels barris.
- Desenvolupament dels punts d'interès de comerç, cultural, mèdic, nàutic, ...
- Promoció del producte de barri. Nou mapa turístic de districtes de la ciutat, Barceloneta Cuina, Gràcia nou mapa de comerços impulsats per joves, Horta-Guinardó ruta de tapes permanent Tasts d'Horta-Guinardó, ruta de tapes de Nou Barris "Pinxo-Panxo".
- Creació i promoció de nous atractius als districtes (Castell de Torre Baró. Porta de Collserola, Mirador del Turó de la Rovira, pl. De les Glòries, Els Naus Encants, Barcelona visita turística pels districtes de Sant Martí i Horta-Guinardó, L'Ateneu de Fabricació de Ciutat Meridiana, Sant Andreu comerç de proximitat, el Canòdrom de Sant Andreu, el patrimoni arquitectònic i la natura de Sarrià Sant Gervasi, Horta-Guinardó destinació esportiva de la ciutat, Les Corts turisme inclusiu, l'Intez Diagonal, la shopping night de la part alta de la Diagonal).
- Rehabilitació dels Pavellons Güell de Gaudí, recuperació del Palau Güell. Rehabilitació del Mirador del Turó de la Rovira. Rehabilitació del Castell de Torre Baró.
- Introduir en el discurs general de la ciutat el producte de barri mitjançant els Plans de Turisme de Districte.
- Introduir els atractius del barri en els materials de difusió i promoció turística de la destinació, a fi de generar al·licient i atracció. Nou mapa turístic de la ciutat i dels districtes (Nou Barris, Sant Martí, Sant Andreu, Sarrià St. Gervasi, Campanya B4RCELON3S, Descobreix les 10 Barcelones, Platges de Barcelona, Barcelona Mar, guia digital de comerços i restauració de la Barceloneta).
- Crear suports d'informació mapes i rutes, informació dels Punts Interès Turístic, senyalització.(APPs districtes, APP Horta Guinardó, APP Les Corts, base de dades de Punts Interès Turístic, senyalització turística per a vianants).

- Disposició d'informacions i senyals que ajudin a accedir i interpretar els punts d'interès turístic.
- Introduir la senyalització vertical orientativa. Senyalització turística per a vianants a Horta-Guinardó, Sants-Montjuïc, Ciutat Vella, Sarrià-S. Gervasi, Les Corts i muntanya de Montjuïc, Eixample, Nou Barris, Sant Andreu, Sant Martí, Gràcia, Sant Andreu.
- Dotar de Punts d'atenció i d'informació als barris. Punt d'informació i vigilància Turó de la Rovira, Oficina turística a la Plaça de les Glòries.
- Creació d'itineraris als barris amb accions com la Difusió rutes turístiques de Sarrià St. Gervasi, Itinerari Comerços Singulares, Itinerari Jardins Parcs i Vies d'Aigua, Itinerari Nucli Antic, Itinerari Patrimoni Industrial i Arquitectònic, Plànol de turisme de Sant Andreu amb itineraris temàtics.
- Foment dels Metro-walks i parades del Bus Turístic i del City Tour, als districtes.
- Promoure la gestió de l'activitat turística i l'aprofitament dels nous nodes de desenvolupament de la ciutat mitjançant el Grup de Treball Punts d'Interès Turístic, la coordinació i els grups de treball de grans projectes com Les Glòries.
- Foment de les experiències de "fer turisme al barri" dirigides als barcelonins com a mesura per apropar la ciutadania al turisme amb campanyes i abonaments com Gaudir Més i Barcelona Lovers.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Instaurar la Figura d'amfitrió de barri.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

0202. Planificació i gestió del turisme

Aquesta actuació impulsada des dels Districtes i en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, Promoció Econòmica, Prevenció, Seguretat i Mobilitat, operadors i comercialitzadors turístics, tenia per objectiu aconseguir que els Districtes incorporin el vector turístic en la seva dinàmica per donar resposta als requeriments de l'activitat turística i als seus efectes.

Valoració mesura (100%) Assolit

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 020201. Planificació i gestió del turisme en els Districtes
- 020202. Pla de Turisme de Districte

020201. Planificació i gestió del turisme en els Districtes

L'objectiu específic era introduir el turisme com un element més en les estructures de planificació dels Districtes.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Garantir la presència del turisme, en els diversos contextos i marcs de presa de decisions del Districte. Acords de programació dels districtes.
- Assignar a les direccions de Territori de Districte, les funcions i responsabilitats relacionades amb el turisme, dotant els Districtes de la figura de responsable tècnic en turisme.

- Introducció del turisme al Marc estratègic de l'Ajuntament de Barcelona 2012-2015 Consolidació de Barcelona com a destinació d'un turisme responsable i sostenible, apostant per la desconcentració territorial i afavorint el desenvolupament de l'activitat econòmica vinculada al turisme.
- Elaboració de polítiques turístiques de l'Ajuntament, política de Turisme responsable i sostenible.
- Introducció del turisme en els diversos plans que s'elaboren en l'àmbit dels districtes. Plans de Futur de barri i el Pla d'Actuació Territorial de Districte. Regulació de l'activitat turística a partir de plans especials d'usos. Ordenació, control i inspecció de les activitats turístiques.
- Elaboració dels Plans de Turisme de Districte. Plans pilot: Horta-Guinardó, Sarrià-Sant Gervasi i Les Corts. Districtes: Nou Barris, Sant Andreu, Sant Martí, Sants-Montjuïc, Gràcia, Eixample, Ciutat Vella. Mesura de Govern Desconcentració territorial - Plans de Turisme de Districte.
- Afavorir i donar suport a la gestió de turisme del Districte, establint mecanismes de coordinació entre els diversos tècnics i responsables de cada districte. Coordinació de l'espai de treball. Reunions periòdiques de coordinació entre el sector de Promoció Econòmica i els districtes. Jornades de treball i comunicació entre el sector i el districte. Formació en temes de turisme pels tècnics de districte.
- Creació del Grup d'Implementació dels Plans de Turisme de Districte.
- Identificació de recursos turístics als barris. Treball conjunt amb els districtes i altres agents territorials en el marc dels Plans de Turisme de Districte.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Fer que els principals espais i equipaments comptin amb un Pla de gestió de visitants.

Valoració (100%) Assolit

020202. Pla de Turisme de Districte

L'objectiu específic era l'elaboració de Plans de Turisme de Districtes concebuts com a eines per planificar el desenvolupament turístic del territori d'acord amb les pròpies particularitats i necessitats, ha de permetre a cada Districte conèixer i assumir la seva situació concreta.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Elaboració dels Plans de Turisme de Districte, com a eines per planificar el desenvolupament turístic del territori.
- Comptar amb la participació activa dels representants del Districte, els agents econòmics i turístics del territori i els veïns i veïnes dels barris en la elaboració dels Plans de Turisme de Districte.
- Plans pilot de turisme de Districte: Horta-Guinardó, Sarrià-Sant Gervasi i Les Corts. Altres plans de Districte: Nou Barris, Sant Andreu, Sant Martí, Sants-Montjuïc, Gràcia, Eixample, Ciutat Vella.
- Mesura de Govern de Desconcentració. Plans de Turisme de Districte.
- Identificació de recursos turístics als barris. Treball conjunt amb els districtes i altres.
- Grup de treball Implementació Plans de Turisme de Districte.
- Seguiment del Grau de progrés dels Plans de Turisme de Districte.

Valoració (100%) Assolit

PROGRAMA 03. CIUTAT VELLA

El programa tractava de preservar i vetllar per la sostenibilitat turística de Ciutat Vella, introduint mecanismes d'ordenació i delimitació i gestió dels efectes de l'activitat turística per tal de millorar els usos del territori i la qualitat de vida dels veïns, així com l'experiència turística dels visitants.

Les mesures del programa són:

- 0301. Governança i gestió dels efectes de l'activitat turística
- 0302. Delimitació dels usos turístics: el Pla d'Usos
- 0303. Nous atractius turístics: actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella
- 0304. Espais de reflexió i debat sobre el turisme

Valoració general del programa:

03.	CIUTAT VELLA	(25%) Iniciat / Crític
0301.	GOVERNANÇA I GESTIÓ DELS EFECTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(75%) Iniciat / Òptim
0302.	DELIMITACIÓ D'USOS TURÍSTICS: EL PLA D'USOS	(50%) Iniciat / Regular
0303.	NOUS ATRACTIUS TURÍSTICS: ACTUACIONS URBANES AL PERÍMETRE DE CIUTAT VELLA	(25%) Iniciat / Crític
0304.	ESPAIS DE REFLEXIÓ I DEBAT SOBRE EL TURISME	(25%) Iniciat / Crític

0301. Governança i gestió dels efectes de l'activitat turística

Aquesta actuació impulsada des de Districte de Ciutat Vella i en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, Prevenció, Seguretat i Mobilitat, Guàrdia Urbana, entitats veïnals, agents turístics, gremis i associacions, Transports Metropolitans de Barcelona, operadors i comercialitzadors turístics, tenia per objectiu planificar i gestionar l'activitat turística a fi de millorar i racionalitzar els usos turístics del territori.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 030101. Governança del turisme
- 030102. Gestió dels efectes del turisme a Ciutat Vella

030101. Governança del turisme

L'objectiu específic era definir nous rols i assignar noves funcions que permetin una certa autonomia del Districte en la presa de decisions i actuacions relatives al turisme. Actuant des de la centralitat, i des d'una visió integral de la destinació, Ciutat Vella ha d'assumir responsabilitats polítiques i tècniques per afavorir un millor encaix del turisme en el Districte, millorant la qualitat de l'oferta turística, l'experiència dels visitants i la qualitat de vida dels residents.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Impulsar una Unitat de gestió de la Centralitat.
- Dotar la figura de tècnic/a de turisme.
- Coordinació permanent amb la Direcció de Promoció Territorial i Turisme.
- Participació al Grup d'Implementació del Plans Turisme de Districte.
- Participació a la Taula Tècnica Municipal Turisme i Ciutat.
- "Pla Cor", projecte d'intervenció integral de La Rambla.
- Comunicació a la ciutadania.
- Concertació amb agents públics i privats.
- Establir mecanismes d'interlocució amb els agents econòmics. Canals de comunicació i de treball amb els responsables i agents dels diversos sectors presents en el territori.

Valoració (100%) Assolit

030102. Gestió dels efectes del turisme a Ciutat Vella

L'objectiu específic era portar a terme un conjunt d'actuacions dirigides a preveure i gestionar els efectes derivats de l'activitat turística al Districte. Per a la previsió i gestió dels efectes negatius derivats més directament del turisme, cal tenir en compte que s'ha de partir de la planificació (evitant, per tant, una gestió exclusivament de tipus "reactiu"), i que per a una millor gestió s'ha de treballar coordinadament i interlocutant amb els diversos agents, públics i privats, que intervenen directa o indirectament amb el turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Gestió dels efectes del turisme a l'espai públic.
- Desenvolupar actuacions d'urbanisme preventiu.
- Projecte integral d'intervenció en finques (substitució de les xarxes de façanes i neteja de graffitis).
- Ordenació de les fires, mercats i altres activitats festives a la via pública. Treball conjunt Direcció de Comerç i els responsables de Districte. Establiment de criteris i agenda única d'esdeveniments comercials i els Plans de comerç de districte.
- Ordenació de l'ocupació d'espais per a terrasses. Ordenances del districte de terrasses i ocupació de la via pública.
- Pla Especial per a la regulació dels establiments de concurrència pública, hotelera i altres activitats a la Rambla.
- Creació de dispositius permanents i especials destinats principalment a minorar els sorolls i reduir els actes incívics a l'espai públic.
- Reforçar els serveis de transport públic de la zona.
- Preveure les quantitats i horaris d'arribada i partida de creueristes, a fi de gestionar la seva organització. SIGT Sistema d'Informació Gestió Turística.
- Coordinació i Gestió dels fluxos de visitants que rep la ciutat. CeCOR Turisme.
- Gestió dels efectes del turisme en temes de seguretat. Continuar potenciant la Junta de Seguretat de Ciutat Vella. Potenciar els serveis de policia.
- Elaborar i difondre Consells d'autoprotecció dels visitants. Consells de Benviguda. Welcome.
- Potenciar el contacte regular amb els gestors dels establiments hotelers i de les xarxes d'allotjament del Districte.
- Tasques preventives dels serveis de policia davant esdeveniments de gran afluència de visitants (fires, congressos, esdeveniments culturals i esportius, etc.). Plans i mesures de seguretat específics en fires, congressos i activitats amb gran afluència de públic

(Mobile World Congress). Reunió del Comitè de Seguretat i Reunió del Comitè de Transport Mobile World Congress. SIGT Sistema Informació Gestió Turística

- Garantir la presència i visibilitat d'agents policials als indrets de Ciutat Vella que tenen major afluència turística.
- Millorar els Serveis especialitzats en l'atenció de víctimes. Reforç del servei de traducció a comissaries del Centre de la ciutat.
- Continuar impulsant la coordinació transversal interadministrativa. Ponència Comerç i Consum. Taula de Corresponsabilitat Serveis Personal i Territorial. Taula de Corresponsabilitat de l'Espai Públic. Taula de Policia Administrativa. Ponència de Coordinació d'esdeveniments de la Ciutat. Constitució de la Comissió Barcelona Events.
- Gestió dels efectes del turisme en temes de mobilitat. Foment del desplaçament a peu. Itineraris de vianants.
- Restringir els autobusos turístics a l'interior de Ciutat Vella. Pla COR La Rambla. Autocars Turístics Ciutat Vella, Zones de parades, Zones blaves.
- Diversificar els recorreguts que connecten els punts d'interès turístic a peu. Fomentar els desplaçaments a peu restringint l'accés dels autocars a l'interior de la trama urbana del Districte. Regulació de la mobilitat d'autocars turístics a Ciutat Vella. Itineraris de vianants: Consolat de mar-Moll d'ela Fusta i Gòtic.
- Fomentar l'ús del transport públic als visitants. Abonament HolaBCN.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Ordenació d'estàtues i quioscos a la Rambla.
- Organització de les visites per horaris i segons grups (La Boqueria, Picasso).
- Gestió dels fluxos de creueristes.
- Gestió espais turístics saturats. Establiment de sistemes de reserva anticipada en recursos saturats.
- Foment de l'ús ordenat de la bicicleta. Regulació de la visita de grups en bicicleta mitjançant la modificació de l'ordenança de la bicicleta.
- Regular el servei de ginys turístics a partir de la concessió de llicències. Normativa de ginys turístics Regulació de formes emergents de mobilitat de visitants (ginys).

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

0302. Delimitació d'usos turístics: el Pla d'Usos

Aquesta actuació impulsada des de Districte de Ciutat Vella i en la que s'implicava a Promoció Territorial i Turisme, Gremi d'Hotels de Barcelona, entitats veïnals, agents turístics, Fundació Barcelona Comerç, Apartur, Gremi de Restauració, altres gremis i associacions, tenia per objectiu l'aplicació i seguiment del Pla d'Usos del Districte de Ciutat Vella per una millor ordenació i control de les activitats turístiques.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 030201. Aplicació i seguiment del Pla d'Usos
- 030202. Ordenació i control Habitatges d'Ús Turístic
- 030203. Ordenació i control souvenirs

030201. Aplicació i seguiment del Pla d'Usos

L'objectiu específic era "equilibrar els usos residencials, comercials i turístics de Ciutat Vella per mitjà de l'ordenació de les activitats de concurrència pública tenint sempre en compte les repercussions sobre l'espai i el paisatge urbà. Es persegueix així el manteniment de la massa residencial del Districte i la convivència equilibrada entre els diferents usos urbans".

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Restricció a la implantació de nous establiments alimentaris de degustació i establiments de plats preparats.
- No es permet la venda de productes alimentaris preparats expressament per al consum immediat a la via pública.
- Creació de la Oficina per a l'emprenedoria de Ciutat Vella. CREA.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Restricció de nous establiments hotelers a totes les zones del Districte.
- Prohibició d'ampliar el nombre de places hoteleres.
- Trasl·lat d'establiments hotelers sense incrementar el nombre de places a les zones on la dimensió dels vials permet un millor desenvolupament de l'activitat.
- Obligatorietat d'estar agrupats els HUTs en edificis exclusius.
- Carència o moratòria de 6 anys per fer efectiu el trasllat dels HUTs.

Durant l'aplicació d'aquest Pla de Turisme per decisió municipal es va modificar el Pla d'Usos de Ciutat Vella.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

030202. Ordenació i control Habitatges d'Ús Turístic

L'objectiu específic era racionalitzar l'activitat d'aquesta tipologia d'establiments al Districte i evitar la seva dispersió en el seu territori, evitant el creixement numèric de la planta i propiciant la concentració en edificis exclusius; el Pla d'Usos preveia la "permuta" d'activitats per tal de reequilibrar la densitat d'activitats entre les diferents zones i incentivar la renovació sense incrementar el nombre d'establiments.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Elaborar i aprovar el Reglament municipal definitiu d'acord amb el Decret, que haurà de tenir en compte les especials característiques de Ciutat Vella.
- Aplicar el Pla d'usos que continua limitant l'establiment d'habitatges d'ús turístic i considera incompatible l'ús residencial i turístic en un mateix immoble.
- Mantenir l'operatiu específic d'inspecció i control d'habitatges d'ús turístic format per la Guàrdia Urbana i la Inspecció Polivalent.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Possibilitat de concedir les llicències municipals amb caràcter temporal, d'acord amb el Decret, permeten exercir un major control respecte el parc d'habitatges d'ús turístic.
- Afavorir la posada en marxa de la proposta d'actuació Barcelona Recomana.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

030203. Ordenació i control souvenirs

L'objectiu específic era la millora dels establiments de comercialització d'objectes record.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Regulació de l'activitat comercial lligada a la venda d'objectes souvenirs en el marc del Pla Especial de Souvenirs, en vigor des de finals del 2009.
- Ampliació de la regulació a altres zones com Sagrada Família. Campanyes d'inspecció específiques.
- Impuls de l'artesanía local de la mà de la Conselleria d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya: amb el programa Emprems de Catalunya, que promou la creació d'artesanía catalana.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

0303. Nous atractius turístics: actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella

Aquesta actuació impulsada des de Districte de Ciutat Vella i en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, Urbanisme, entitats veïnals, agents turístics, gremis i associacions, tenia per objectiu reforçar el desenvolupament dels atractius turístics que es troben a les zones del perímetre de Ciutat Vella i vetllar per la qualitat del conjunt de recursos turístics del territori.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 030301. Actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella

030301. Actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella

L'objectiu específic era l'aprofitament turístic dels nous elements d'interès turístic a les zones del perímetre de Ciutat Vella, amb l'interès de dirigir els fluxos de visitants més enllà dels punts congestionats del districte.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Sant Pau del Camp.
- Obrir el Nou Born. El Born Centre Cultural.
- Centre Comercial Las Arenas.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Revitalitzar el Paral·lel (Projecte Fem Paral·lel).
- Recuperar el Passeig de Mar.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

0304. Espais de reflexió i debat sobre el turisme

Aquesta actuació impulsada des de Districte de Ciutat Vella i en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, entitats veïnals, agents turístics, gremis i associacions, tenia per objectiu fomentar i donar continuïtat a la creació d'espais de debat i reflexió sobre el turisme, activant la participació veïnal i la dels agents implicats en l'activitat turística.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 030401. Actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella

030401. Creació d'espais de debat i reflexió sobre el turisme

L'objectiu específic era establir punts de contacte entre veïns, operadors i administració.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Espais de treball amb els agents territorials en el marc del projecte COR.
- Crear nous entorns que propiciïn el coneixement del turisme, com per exemple la realització d'exposicions temporals, cicles de conferències i activitats participatives vinculades amb l'activitat turística. DHUB Exposició Efecto souvenir. Fetiches de viaje, más allá de los tópicos, DHUB Turismo. Espacios de ficción. Arxiu històric. Barcelona a mano. Guías urbanas, 1776-2004. Exposició "Descubre las 10 Barcelonas". Exposició "Turisme, desenvolupament i sostenibilitat".

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Prosseguir amb la Comissió Turisme a Ciutat Vella.
- Crear nous entorns que propiciïn el coneixement del turisme.
- Crear un espai permanent, a l'estil "finestra oberta", que permeti als veïns del Districte canalitzar les seves idees, preocupacions i comentaris a propòsit del turisme.
- Accions de govern obert (web) comissions de barri.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

PROGRAMA 04. APROFITAMENT TURÍSTIC DE LES INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT I LES NOVES CENTRALITATS URBANES I EQUIPAMENTS

El programa tractava d'incorporar les noves infraestructures de transport i les transformacions urbanes en curs o previstes, com a oportunitats per desenvolupar el nou model turístic de Barcelona caracteritzat especialment per una major desconcentració i diversitat de l'oferta.

Les mesures del programa són:

- 0401. Infraestructures de transport
- 0402. Noves centralitats urbanes i equipaments

Valoració general del programa:

04.	APROFITAMENT TURÍSTIC DE LES INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT I LES NOVES CENTRALITATS URBANES I EQUIPAMENTS	(50%) Iniciat / Regular
0401.	INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT	(50%) Iniciat / Regular
0402.	NOVES CENTRALITATS URBANES I EQUIPAMENTS	(50%) Iniciat / Regular

0401. Infraestructures de transport

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica i en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Política Territorial i Obres Públiques, CDRA, AENA, Autoritat Portuària, Renfe, ATM, tenia per objectiu aprofitar les oportunitats que, des d'un punt de vista turístic, representen les noves infraestructures de transport.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven quatre línies principals de treball:

- 040101. Aeroport de Barcelona
- 040102. Port de Barcelona
- 040103. Tren Alta Velocitat
- 040104. Xarxa transport metropolità

040101. Aeroport de Barcelona

L'objectiu específic era augmentar les connexions intercontinentals, millorar l'accessibilitat amb l'arribada del Metro, desenvolupar la zona de serveis de la Ciutat aeroportuària, vincular l'Aeroport a Turisme de Barcelona i participació en la gestió aeroportuària.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Augmentar les connexions intercontinentals. CDRA Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries.
- Vincular l'Aeroport a Turisme de Barcelona. Ampliació del Consell General de Turisme de Barcelona amb el Director de l'aeroport. Oficina de Turisme a la T1.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Millorar l'accessibilitat amb l'arribada del Metro. Tren llançadora aeroport T1 (2018), i Línia L9 Barcelona.
- Desenvolupar la zona de serveis de la Ciutat aeroportuària.
- Participació en la gestió aeroportuària.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

040102. Port de Barcelona

L'objectiu específic era continuar desestacionalitzant la temporada de creuers i la seva distribució diària, millorar la coordinació en les visites dels creueristes en trànsit i vincular el Port a Turisme de Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Vincular el Port a Turisme de Barcelona. Ampliació del Consell General de Turisme de Barcelona amb el Director de l'aeroport.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Continuar desestacionalitzant la temporada de creuers i la seva distribució diària.
- Millorar la coordinació en les visites dels creueristes en trànsit.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

040103. Tren Alta Velocitat

L'objectiu específic era posar en marxa la línia d'alta velocitat Barcelona-França.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Posar en marxa la línia d'alta velocitat Barcelona-França.

Valoració (100%) Assolit

040104. Xarxa transport metropolità

L'objectiu específic era millorar la informació adreçada als visitants, finalitzar les línies de metro L9 i L10, executar el Pla de Rodalia per a Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Senyalització turística xarxa transport públic.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Millorar la informació adreçada als visitants. Millora de la senyalització turística xarxa transport públic.
- Finalitzar les línies de metro L9 i L10.
- Executar el Pla de Rodalia per a Barcelona.
- Línia Orbital.

0402. Noves centralitats urbanes i equipaments

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme i en la que s'implicava a Districtes, Urbanisme, ICUB, BSM, Institut Municipal de Mercats, Relacions Internacionals, Política Territorial i Obres Públiques, Ministerio de Fomento, AMB, FCB, centres universitaris, Ajuntaments de l'Hospitalet, Sant Adrià del Besòs i Badalona, Consorci del Parc de Collserola, MIA Sant Pau, tenia per objectiu aprofitar, des del punt de vista turístic, les noves centralitats urbanes, els equipaments culturals en construcció i els nous projectes ciutadans, per tal que esdevinguin espais d'alta potencialitat d'atracció; contribuint a la desconcentració de l'activitat turística.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven deu línies principals de treball:

- 040201. Actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella
- 040202. Parc de Montjuïc
- 040203. Les Corts
- 040204. Parc de Collserola
- 040205. Hospital de Sant Pau
- 040206. Sant Andreu - La Sagrera
- 040207. Plaça de les Glòries
- 040208. Eix Diagonal Mar / Poble Nou / 22@
- 040209. Fòrum / Besòs / Badalona
- 040210. Fira de Barcelona - Gran Via

040201. Actuacions urbanes al perímetre de Ciutat Vella

L'objectiu específic era potenciar aquelles actuacions urbanes que incideixin en el seu perímetre amb l'objecte de diversificar els seus eixos principals cercant una major permeabilitat amb els districtes i barris limítrofes.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Obrir el Nou Born
- Sant Pau del Camp.
- Centre Comercial Las Arenas.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Revitalitzar el Paral·lel. Projecte Fem Paral·lel.
- Recuperar el Passeig de Mar.

040202. Parc de Montjuïc

L'objectiu específic era la revitalització del Castell de Montjuïc a partir de les seves potencialitats patrimonials i com espai de memòria, juntament amb el desenvolupament del Pla Director de Montjuïc que posa en valor els seus aspectes naturals i paisatgístics.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aprofitament turístic del Parc. Nou Pla Director.
- Senyalització turística de la muntanya.
- Preu conjunt entrada visita al Castell i Telefèric.
- Ampliació de l'Eix Fonts Montjuïc.
- Coordinació del conjunt d'activitats de la Muntanya de Montjuïc (esdeveniments).
- Revitalització del Castell. Centre d'Interpretació del Castell de Montjuïc. Intervenció i seguiment Castell de Montjuïc.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Gestió de visitants i coordinació entre els diferents operadors, com a noves funcions del nou Òrgan de gestió que sorgeixi de l'aplicació del Pla Director de Montjuïc.
- Millora de l'accessibilitat a partir de la futura arribada del metro.
- Projecte nova explanada dels museus MNAC.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

040203. Les Corts

L'objectiu específic era aprofitar que el Districte de Les Corts aplega significatives zones d'atracció, com són el Portal del Coneixement, les instal·lacions del Futbol Club Barcelona, o una important planta hotelera i d'espais de congressos a la Diagonal.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aprofitament turístic del Portal del Coneixement, les instal·lacions del Futbol Club Barcelona, i els espais de congressos a la Diagonal.
- Planificar l'aprofitament turístic considerant el futur intercanviador Diagonal-Zona Universitària, on confluiran, el Trambaix, les línies 3, 9 i 10 del Metro, autobusos urbans, interurbans i internacionals i un gran aparcament de dissuasió adreçat al vehicle privat.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

040204. Parc de Collserola

L'objectiu específic era potenciar Collserola en l'oferta turística de la destinació Barcelona, tenint ben present la compatibilitat amb els objectius sempre bàsics del Pla Especial de Collserola: conservar els recursos naturals i l'equilibri ecològic, alhora que donar resposta a la demanda de lleure i aprenentatge dels ciutadans.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Potenciar Collserola en l'oferta turística de la destinació Barcelona.
- Mapa de Collserola.
- Intervenció a Torre Baró.
- Projecte "Les Portes de Collserola".

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Millorar l'aprofitament turístic del Parc Atraccions Tibidabo, pel que fa al turisme familiar.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

040205. Hospital de Sant Pau

L'objectiu específic era incorporar de forma definitiva en el circuit turístic de Barcelona, el Recinte Modernista de Sant Pau, esdevenint un dels punts d'interès turístic més destacats que reforçarà, així. l'eix configurat per l'Avinguda Gaudí, connectant Sant Pau amb la Sagrada Família.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incorporar el recinte de l'Hospital de Sant Pau al circuit turístic de Barcelona.
- Pla d'actuacions pel desenvolupament cultural i turístic del recinte històric de l'Hospital de Sant Pau. Conjuntament amb la M.I.A. Sant Pau, Recinte Modernista.
- Definició del programa d'usos i d'escenaris de viabilitat econòmica pel desenvolupament cultural i turístic del Recinte Històric de l'Hospital de Sant Pau.
- Inauguració del Recinte Modernista de Sant Pau.
- Incorporació del Recinte Modernista de Santa Pau al Gaudir + BCN.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Centre d'Interpretació del Modernisme que compti amb un espai expositiu per donar a conèixer les seves vessants històrica i arquitectònica, posant en marxa un ampli programa de visites.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

040206. Sant Andreu - La Sagrera

L'objectiu específic era vertebrar un nou centre urbà al voltant de l'estació. La Sagrera serà el nus bàsic per a la mobilitat metropolitana, ja que connectarà els barris de la ciutat, l'àrea metropolitana, les capitals de Catalunya i la resta d'Europa a través del Metro, el Bus, les Rodalies i l'Alta Velocitat.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aprofitar la gran transformació urbana que vertebrarà un nou centre urbà al voltant de l'estació.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

040207. Plaça de les Glòries

L'objectiu específic era la plaça de les Glòries pot esdevenir, en el futur, el gran centre de la ciutat i un dels principals nodes d'atracció turística.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Nova oficina de turisme a la Plaça de Les Glòries.
- Centre del Disseny DHUB a Pl. de les Glòries.
- Nous Encants de Bellcaire a Pl. de les Glòries.
- Establiment d'un Grup de Treball de Punts d'Interès Turístic.
- Deconstrucció de l'anell viari i la urbanització de la plaça.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aprofitar les oportunitats turístiques de la Torre Agbar, el nou Centre del Disseny DHUB, el Mercat de Bellcaire, Can Framis, el Teatre Nacional de Catalunya i L'Auditori,

Valoració (50%) Iniciat / Regular

040208. Eix Diagonal Mar / Poble Nou / 22@

L'objectiu específic era recuperar el dinamisme econòmic i social de les antigues àrees industrials del Poblenou, creant un entorn divers i compacte, en què els espais productius conviuen amb centres d'investigació, universitats, hotels, habitatges, equipaments, centres culturals i zones verdes.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Visites guiades al 22@.
- Nous Encants de Bellcaire a Pl. de les Glòries.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Incorporar a la promoció turística de la ciutat els atractius amb els que el Districte de Sant Martí. Projecte 22@Barcelona.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

040209. Fòrum / Besòs / Badalona

L'objectiu específic era potenciar el Fòrum com a espai d'atracció turística, amb el Centre Internacional de Convencions, el Port i una zona de concentració hotelera. Aquest conjunt serà reforçat amb l'emplaçament en l'edifici Blau de la seu expositiva del Museu Nacional de Ciències Naturals.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Museu Nacional de Ciències Naturals. Inauguració Museu Blau.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Hotel-Vaixell Port Fòrum. Pla Implementació i inici activitat
- Projecte Amnesia Jean Nouvel
- Nou Zoo Marí

Valoració (25%) Iniciat / Crític

040210. Fira de Barcelona - Gran Via

L'objectiu específic era aprofitar l'ampliació del recinte de la Fira de Barcelona en la ciutat de l'Hospitalet amb la construcció dels pavellons del nou recinte Gran Via complementari al tradicional de Montjuïc ha suposat una essencial millora competitiva per la Fira de Barcelona, configurant una nova centralitat al voltant de la plaça Europa, a partir del recinte firal i l'establiment d'hotels, oficines i zones comercials.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aprofitament de la nova centralitat configurada al voltant de la plaça Europa.
- Recinte firal.
- Hotels, oficines i zones comercials.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

Altres projectes territorials estratègics de ciutat:

- Intervenció i seguiment al projecte dels Tres Turons.
- Cinc superilles a la ciutat.
- Smart cities, mobilitat elèctrica, eficiència energètica i resiliència.
- Pla de Millora Integral del Passeig de Gràcia.

PROGRAMA 05. MÀRQUETING

El programa tractava d'adaptar el màrqueting al nou model i reptes plantejats, aportant criteris i desenvolupant instruments que permetin millorar la promoció integral de la destinació Barcelona, tot alineant els diferents agents involucrats.

Les mesures del programa són:

- 0501. Objectius estratègics de màrqueting
- 0502. Posicionament de Barcelona com a destinació turística
- 0503. Productes i mercats estratègics
- 0504. Estratègia general de promoció
- 0505. Estratègia d'e-màrqueting i estructura bàsica del nou portal turístic
- 0506. Desenvolupament del Pla de màrqueting de turisme 2011-2015

Valoració general del programa:

05.	MÀRQUETING	(25%) Iniciat / Crític
0501.	OBJECTIUS ESTRATÈGICS DE MÀRQUETING	(50%) Iniciat / Regular
0502.	POSICIONAMENT DE BARCELONA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
0503.	PRODUCTES I MERCATS ESTRATÈGICS	(50%) Iniciat / Regular
0504.	ESTRATÈGIA GENERAL DE PROMOCIÓ	(0%) No iniciat / Crític
0505.	ESTRATÈGIA D'E-MÀRQUETING I ESTRUCTURA BÀSICA DEL NOU PORTAL TURÍSTIC	(50%) Iniciat / Regular
0506.	DESENVOLUPAMENT DEL PLA DE MÀRQUETING DE TURISME 2011-2015	(25%) Iniciat / Crític

0501. Objectius estratègics de Màrqueting

Aquesta actuació impulsada des de Oficina del Pla - Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Econòmica, Comunicació Corporativa i Qualitat, tenia per objectiu proposar els principals objectius estratègics de màrqueting que, en coherència amb els reptes del turisme a Barcelona, marquen les principals decisions estratègiques del màrqueting posterior.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 050101. Objectius de desenvolupament de l'oferta global
- 050102. Objectius de promoció

050101. Objectius de desenvolupament de l'oferta global

L'objectiu específic era posar en marxa una dinàmica de complicitat i col·laboració permanent entre els diferents actors de la ciutat que assegurés el manteniment i millora de "l'estil i l'espai de vida" de Barcelona amb un bon equilibri entre "seny i rauxa".

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Posar en marxa una dinàmica de complicitat i col·laboració permanent entre els diferents actors de la ciutat. Turisme de Barcelona.
- Conservar els recursos existents, sense sobre explotar-los ni banalitzar-los. Pla de gestió del Park Güell.
- Destacar els recursos potencials, amb un accent especial en la desconcentració. Mesura de Govern Desconcentració. Plans de Turisme de Districte.
- Innovar: crear nous productes per a segments existents i per a nous segments. Ruta modernisme, Ruta de l'Aigua, Castell de Torre Baró, Gràcia edifici Salvador Espriu, pl. Glòries. Fira de Bellcaire Nous Encants, Museu del Disseny, Barcelona Summer University, Projecte Acollida BCU, Mapa Barcelona + Sostenible, mTourism Mobiel Ready experiències, Platges de Barcelona, Barcelona Mar, Els Tres Turons. Nous productes: Mercats BRICs, Premium, Plans de Turisme, Noves rutes. Laberint d'Horta.
- Garantir els nivells de seguretat mínims per gaudir de la ciutat. Treballs del Pla de seguretat turística. Operatiu de platges orientat a la prevenció i lluita contra els furtcs.
- Millorar la qualitat i actitud en el servei: formació i mentalització. Cursos d'atenció al client Turisme de Barcelona. Cursos de formació al sector taxi.
- Impulsar l'ús de les noves tecnologies de la comunicació i internet per part de les empreses de la cadena de valor turístic, APPS Turisme de Barcelona, Desenvolupament d'APPS, APP Mobile World Congress, Contactless als hotels.
- Fomentar la innovació de l'oferta turística. Forum TurisTIC Bdigital. Innovation Zone i Synergis. RIS3CAT.
- Facilitar i agilitzar la creació d'empreses de la cadena de valor turística.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Desenvolupar l'oferta a partir de les noves infraestructures de transport. Ferrocarrils CosmoCaixa.
- Fomentar el diàleg, la comprensió i el mestissatge entre cultures, un camí d'enriquiment.
- Millorar la qualitat i actitud en el servei: formació i mentalització.
- Millorar la utilització dels idiomes per part de la població.
- Recuperar els carrers per als vianants i les bicis. Nous trams de carril bici a la ciutat i millora de la infraestructura ciclista.
- Fomentar l'ús del motor híbrid i elèctric.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

050102. Objectius de promoció

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Considerar al ciutadà com a turista intern (visitant permanent). 10 Barcelones. Gaudir + Barcelona. B-Travel. A vista d'hotel. Rutes de Tapes.
- Utilitzar criteris de segmentació progressiva i multi criteri. Criteris de segmentació del Pla de màrqueting Turisme de Barcelona.
- Fidelitzar al turista en tot el seu cicle de vida: de motxiller a sènior. Accions de fidelització del Pla de màrqueting Turisme de Barcelona.

- Treballar alguns mercats importants tradicionalment obviats: joves, nacionals, famílies. Accions de Turisme de Barcelona.
- Tenir en compte les noves tendències del turisme i els nous segments emergents. Accions de nous segments del Pla de màrqueting Turisme de Barcelona.
- Treballar els nous mercats geogràfics emergents. Accions nous mercats Pla de màrqueting Turisme de Barcelona.
- Assolir un sistema de finançament de la promoció turística de Barcelona que es correspongui amb la riquesa que aporta el turisme a la ciutat. Finançament de fons de l'Impost sobre les Estades en Establiments Turístics.
- Desenvolupar un manual d'imatge corporativa de Barcelona. Marca Barcelona. Barcelona Inspira.
- Conscienciar al ciutadà i als líders d'opinió sobre la importància del turisme. Presència del turisme a l'Enquesta percepció, diaris, campanya electoral, etc.
- Buscar sinèrgies amb altres destinacions i marques líder. ECM European Cities Marketing. Estratègia conjunta de turisme de negocis amb la ciutat de Viena.
- Desenvolupar la complicitat i la col·laboració entre Turisme i altres ens. Participació de Barcelona en xarxes (European Cities Marketing, Convention bureau, Med Cruise, ...).
- Desenvolupar un portal oficial únic d'informació turística. WEB bcn.cat/turisme Arquitectura i esquema funcional. Concepte de Marca Barcelona. Web bcn.cat/inspira Turisme Inspira.
- Adaptar el portal a les tecnologies d'internet mòbil. APPs districtes, APP Horta-Guinardó, Les Corts. Apps4BCN. Bcn BSO. Oficina serveis TIC Turisme.
- Incloure el màxim d'idiomes en la comunicació via internet.
- Aprofitar el potencial de les xarxes socials.

En les actuacions desenvolupades en l'àmbit tecnològic de les xarxes socials i internet, encara existeix un important marge de millora, tant en la coordinació per tenir un únic portal d'internet entre Ajuntament de Barcelona i Turisme de Barcelona, com la millora de la presència i dinamisme a les xarxes social.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Considerar al turista com a ciutadà temporal. Agenda d'activitats (Time Out). Meet Barcelona. Consell de convivència. Productes de transport Hola BCN!. Senyalització. Barcelovers.
- Desenvolupar una sola imatge de la marca Barcelona que no distingeixi entre ciutat i destinació turística.
- Programar una campanya regular de publicitat de Barcelona en els principals mercats emissors.
- Potenciar Internet com a medi fonamental de comunicació i promoció turística.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

0502. Posicionament de Barcelona com a destinació turística

Aquesta actuació impulsada des de Oficina del Pla – Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Econòmica, Comunicació Corporativa i Qualitat, tenia per objectiu analitzar el posicionament turístic actual de Barcelona així com proposar el nou posicionament per al 2015.

Entenem el posicionament com la percepció comparativa que tenen els "clients" de Barcelona (visitants i ciutadans) en comparació a d'altres ciutats alternatives.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 050201. Posicionament actual de Barcelona
- 050202. Posicionament desitjat de Barcelona

050201. Posicionament actual de Barcelona

L'objectiu específic era introduir nous elements per generar un nou cicle de vida que la sostingui en el futur.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Bases estratègiques del Pla de Màrqueting Turístic de Barcelona.
- Desenvolupament i posicionament. Posició de Barcelona en el rànquing mundial de congressos. Varietat de mercats emissors. Top Ten del disseny. Barcelona una de les ciutats més turístiques del món. Destí turístic de qualitat i exclusiu. Barcelona entre les deu primeres ciutats del món en reputació i atractiu laboral.

Valoració (100%) Assolit

050202. Posicionament desitjat de Barcelona

L'objectiu específic era la creació del producte turístic i la imatge de la destinació.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Posicionament desitjat de Barcelona.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

0503. Productes i mercats estratègics

Aquesta actuació impulsada des de Oficina del Pla - Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Econòmica, Comunicació Corporativa i Qualitat, tenia per objectiu prioritzar els mercats (geogràfics) i productes estratègics de Barcelona a l'horitzó 2015, per tal d'optimitzar l'esforç de màrqueting futur, tenint en compte la Missió i el Model Turístic desitjat.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 050301. Estratègia de Mercats
- 050302. Estratègia de Producte
- 050303. Estratègia Productes / Mercats

050301. Estratègia de Mercats

L'objectiu específic era realitzar un esforç de màrqueting en funció de la importància i potencial estratègic dels mercats.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Accions de promoció dels mercats d'origen de Turisme de Barcelona.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

050302. Estratègia de Producte

L'objectiu específic era focalitzar l'estratègia en les tipologies amb més capacitat d'aportar valor a la destinació en el futur, tant econòmic, com d'encaix amb el posicionament.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Desenvolupament de productes (nínxols, estrella, incipients i complementaris) per al posicionament desitjat de Barcelona.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

050303. Estratègia Productes / Mercats

L'objectiu específic era focalitzar l'estratègia en les tipologies amb més capacitat d'aportar valor a la destinació en el futur, tant econòmic, com d'encaix amb el posicionament.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Distribució de recursos de màrqueting basada en el creuament de la importància i potencial dels productes i els mercats.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

0504. Estratègia general de promoció

Aquesta actuació impulsada des de Oficina del Pla - Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Econòmica, Comunicació Corporativa i Qualitat, tenia per objectiu definir els criteris i objectius que han de guiar la definició més concreta de les futures estratègies de promoció de la destinació Barcelona.

Valoració mesura (0%) No iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 050401. Estratègia general de promoció

050401. Estratègia general de promoció

L'objectiu específic era unificar la informació i promoció, visitant i ciutadà.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Fer turisme a la teva ciutat, Gaudir + Barcelona. B4RCELON3S. Campanya de Comunicació Descobreix les 10 Barcelones.

En les actuacions desenvolupades en l'àmbit de l'estratègia de promoció turística, encara existeix un important marge de millora degut a la manca d'alineació amb l'estratègia de ciutat.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

0505. Estratègia d'e-màrqueting i estructura bàsica del nou portal turístic BCN

Aquesta actuació impulsada des de Oficina del Pla - Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Econòmica, Comunicació Corporativa i Qualitat, tenia per objectiu desenvolupar la nova estratègia d'e-màrqueting de Barcelona, i molt especialment, el nou Portal Turístic Barcelona.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línia principals de treball:

- 050501. Estratègia d'e-màrqueting
- 050502. Estructura bàsica del nou portal turístic BCN

050501. Estratègia d'e-màrqueting

L'objectiu específic era construir la identitat de marca, mantenir continguts d'alta qualitat, afegir funcionalitats de web 2.0 i seguir desenvolupant les relacions amb els clients.

En les actuacions desenvolupades en l'àmbit de l'estratègia d'e-màrqueting, encara existeix un important marge de millora. L'Ajuntament desenvolupa l'estratègia digital de ciutat. Per la seva part, Turisme de Barcelona realitza la seva estratègia sense coordinació amb la ciutat.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

050502. Estructura bàsica del nou portal turístic BCN

L'objectiu específic definir un sol portal que construeixi una sola "història de la marca" que sigui rellevant per a tots els usuaris potencials.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Portal únic de turisme a la ciutat de Barcelona (www.barcelona.cat) .
meet.barcelona.cat

Valoració (100%) Assolit

0506. Desenvolupament del Pla de Màrqueting de Turisme 2011-2015

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Econòmica, Comunicació Corporativa i Qualitat, Diputació de Barcelona, Agència Catalana de

Turisme, Turespaña, sectors implicats, tenia per objectiu desenvolupar el Pla de Màrqueting Turístic 2011-2015, d'acord amb les Bases estratègiques proposades en el present Pla.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 050601. Desenvolupament del Pla de Màrqueting de turisme 2011-2015

050601. Desenvolupament del Pla de Màrqueting de turisme 2011-2015

L'objectiu específic era desenvolupar el Pla de Màrqueting 2011-2015.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Elaboració del Pla de màrqueting del consorci Turisme de Barcelona.
- Desenvolupament del Pla de Màrqueting turístic de Barcelona.

Al 2014 es va aprovar el Pla de Màrqueting de Turisme de Barcelona com a consorci de promoció. Aquest pla no se correspon a les Bases Estratègiques de Màrqueting 2015 del Pla Estratègic 2010-2015. En les actuacions desenvolupades existeix un marge de millora de la promoció i màrqueting turístic de la ciutat.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

PROGRAMA 06. ADAPTACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC

El programa tractava de fomentar l'adaptació de la destinació i els productes turístics a les noves tendències i segments de demanda, desenvolupant una oferta d'acord amb el nou Model i Visió del turisme a Barcelona.

Les mesures del programa són:

- 0601. Adaptació del producte Barcelona-Destinació
- 0602. Adaptació de la cartera de productes
- 0603. Adaptació dels principals sectors implicats
- 0604. Barcelona Recomana

Valoració general del programa:

06.	ADAPTACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC	(25%) Iniciat / Crític
0601.	ADAPTACIÓ DEL PRODUCTE BARCELONA-DESTINACIÓ	(25%) Iniciat / Crític
0602.	ADAPTACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES	(50%) Iniciat / Regular
0603.	ADAPTACIÓ DELS PRINCIPALS SECTORS IMPLICATS	(25%) Iniciat / Crític
0604.	BARCELONA RECOMANA	(0%) No iniciat / No Crític

0601. Adaptació del producte Barcelona-Destinació

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a Cambra de Comerç i als sectors implicats, tenia per objectiu adaptar la destinació Barcelona al nou Model Turístic per tal de fer-la més atractiva, millorant la conciliació del turisme i la ciutat i enriquint la seva capacitat d'atracció.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven una línia principal de treball:

- 060101. Recomanacions per l'adaptació del producte Barcelona-destinació

060101. Recomanacions per l'adaptació del producte Barcelona-destinació

L'objectiu específic era adaptar el Producte Barcelona-Destinació al nou Model turístic i Visió 2020.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Turisme responsable: foment del turisme més respectuós amb el medi ambient i l'entorn social. Creació del programa Barcelona Sustainable Tourism. Campanya d'autoprotecció Welcome to Barcelona. Plans de Turisme de Districte. Desconcentració i redistribució. Desenvolupament vehicle elèctric. Impuls RSC en el sector empresarial. Pla de prevenció residus en el sector hotelier. Pla de Gestió Park Güell. Pla de mobilitat autocar turístics. Foment ocupació sector turístic. Foment Turisme inclusiu. Projectes Smart destination. Pla de resiliència.

- Preservació dels recursos existents. Pla de Gestió del Park Güell. Sagrada Família.
- Recuperar la ciutat pels vianants. Zones pacificades. Voreres.
- Ordenar, regular i controlar els usos a l'espai públic.
- Seguretat, ordre públic, neteja i sorolls. Reforç del servei de traducció a comissaries del Centre de la ciutat. Dispositius especials de seguretat per a grans esdeveniments. Reunions amb responsables de locals d'oci nocturn amb l'objectiu de reduir el soroll.
- Fomentar l'esponjament de l'activitat turística. Desenvolupar polítiques de turisme conjuntes amb les zones d'influència de la destinació. Mesura de Govern Desconcentració. Plans de Turisme de Districte (desembre 2013).
- Millorar la mobilitat interna de la destinació. Pla de mobilitat turística. Senyalització turística del transport públic. Millorar la senyalització (turística) dels barris i districtes.
- Continuar millorant l'accessibilitat de l'espai públic i dels serveis turístics. Oficines de Turisme de Barcelona. Millora accessibilitat i mobiliari de platges. Equipara/Map4all. Escaltec i Segway. Projecte Box21.
- Treballar per una imatge de ciutat "Green". Grup de Treball Green Events. Apps Rutes Verdes.
- Cultura, innovació, creativitat i disseny. mTourism Mobil Ready experiències. Relació sector turístic cultural amb empreses de noves tecnologies.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Preservar i protegir Ciutat Vella.
- Introduir criteris turístics a la planificació i ordenació territorial i del paisatge urbà.
- Desenvolupar polítiques de turisme conjuntes amb les zones d'influència de la destinació.
- Contribuir al desenvolupament i posta en valor de nous atractius, serveis i equipaments fora de la ciutat de Barcelona.
- Promoure la complicitat, hospitalitat i atenció per part dels ciutadans cap als visitants.
- Millorar la qualitat de la prestació dels serveis turístics a la destinació.
- Impulsar la millora de la cooperació, la coordinació i la co-responsabilitat dels agents.
- Crear taules de treball entre tots els agents de la cadena de valor de l'oci/turisme.
- Fomentar ofertes "World Class".
- Millorar la xarxa metropolitana de transport públic Més rutes, més freqüència, més i millor senyalització.
- Millorar la connectivitat amb la resta de Catalunya, Espanya i a nivell internacional.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

0602. Adaptació de la cartera de productes

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona, en la que s'implicava a Promoció Territorial i Turisme, gremis i associacions, tenia per objectiu proposar la nova cartera de productes turístics per Barcelona 2015, tenint en compte la situació actual, el Model turístic proposat i la nova Visió 2020.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 060201. Recomanacions per l'adaptació de la cartera de productes
- 060202. Pla de desenvolupament de nous productes turístics per a la destinació Barcelona

060201. Recomanacions per l'adaptació de la cartera de productes

060202. Pla de desenvolupament de nous productes turístics per a la destinació Barcelona

L'objectiu específic era focalitzar l'estratègia de futur en les tipologies amb més capacitat d'aportar valor a la destinació, identificant 19 tipologies de productes genèrics per a Barcelona. introducció, consolidació o millora del productes actuals. Elaborar un Pla de desenvolupament de nous productes turístics per a la Destinació Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Desenvolupament de productes de diferents tipologies a la destinació.
- Turisme acadèmic.
- Turisme accessible www.barcelona-access.cat
- Easy Barcelona.
- Turisme responsable.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

0603. Adaptació dels principals sectors implicats

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona, en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Promoció Territorial i Turisme, Comerç i Consum, ICUB, IBE, Llicències, Urbanisme, Districtes, Mobilitat, BSM, Institut Municipal de Mercats, Prevenció i Seguretat, Apartur, Gremi d'Hotels de Barcelona, ACAV, APIT-Barcelona, operadors de transport, operadors i comercialitzadors turístics, Autoritat Portuària, Fira de Barcelona, Gremi de Restauració, Confederació de Comerç, Fundació Barcelona Comerç, escoles d'hostaleria, Direcció General de Turisme, gestors, centres i equipaments culturals, associació oci nocturn, Barcelona Centre Mèdic, altres gremis i associacions, tenia per objectiu afavorir l'adaptació dels diversos sectors implicats en el turisme a la nova Visió i Model turístic.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven onze línies principals de treball:

- 060301. Indústria turística en general
- 060302. Allotjament
- 060303. Receptiu, guies i transport turístic
- 060304. Creuers
- 060305. Turisme i negocis
- 060306. Turisme i comerç
- 060307. Turisme i Restauració
- 060308. Turisme i cultura
- 060309. Oci nocturn
- 060310. Turisme mèdic
- 060311. Turisme i esports

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- 060301. Indústria turística en general. Control de la contaminació atmosfèrica i de les emissions d'efecte hivernacle. Gestió i control de l'energia. Congrés eeST Energia.

Jornades d'estalvi energètic i econòmic a hotels conjuntament amb el Gremi d'Hotels de Barcelona.

- Afavorir la incorporació progressiva de criteris de RSC (Responsabilitat Social Corporativa). Creació de l'Observatori de Turisme Responsable de TSI Turisme.
- Afavorir l'adopció de mesures que facilitin l'accessibilitat dels visitants. www.barcelona-access.cat. Easy Barcelona. Millora accessibilitat i mobiliari de platges.
- 060302. Allotjament. Acompanyament i interlocució entre el Gremi d'Hotels i els districtes.
- Estudi de bones pràctiques de responsabilitat social corporativa per a la visibilització social dels beneficis que comporta el turisme per la societat.
- Impuls d'accions de visibilització de turisme responsable i sostenible. Organització de Jornades de presentació per als hotels de la Certificació Biosphere-hotels.
- Mecanismes per l'estricta compliment de la normativa turística. Grup de Treball d'Allotjament Turístic. Grup de treball interinstitucional Ajuntament-Generalitat pel seguiment dels habitatges d'ús turístic.
- Regularització i control de l'oferta dels HUT's d'acord a les noves normatives. Pla Especial Urbanístic Regulació Habitatges d'Ús Turístic. Seguiment de l'evolució dels Habitatges d'Us Turístic.
- Ordenació i tipificació d'altres tipologies d'allotjaments, com els hostels, albergs, residències, etc.
- 060303. Receptiu, guies i transport turístic. Plataformes de coordinació entre operadors de viatges i visites a la ciutat, l'Ajuntament i Turisme de Barcelona.
- Pla d'estacionament d'autocars i mobilitat Sagrada Família. Regulació de la visita de grups en bicicleta. Barcelona Sustainable Tourism. Oferta de visites a la ciutat amb mitjans de transport sostenibles Cooltra, Going Green o TaxiEcològic. Mobilitat sostenible dels turistes iniciatives empresarials amb bicicletes i vehicles elèctrics Be Smart, We, World Experience Barcelona, etc.
- 060305. Turisme i negocis. Impulsar la millora dels mecanismes de coordinació dels esdeveniments que tenen lloc a la ciutat.
- Events Landing. Atracció, aterratge i acompanyament de congressos i esdeveniments.
- Afavorir l'adaptació dels horaris de serveis i equipaments d'oci a les necessitats específiques dels visitants de turisme de negocis de la ciutat.
- 060306. Turisme i comerç. Impulsar Plans de millora del comerç a nivell de barri, de forma paral·lela al desenvolupament de nous atractius turístics.
- Mesura de Govern del Pla de protecció i suport dels establiments emblemàtics de Barcelona. Ruta dels establiments emblemàtics.
- Incorporar en la promoció turística de la ciutat els mercats i els eixos comercials de barri. Plans de comerç de districte. Plans de turisme de districte. Campanya B4RCELON3S.
- 060307. Turisme i Restauració. Plataformes de coordinació local. "Barceloneta cuina". Rutes de tapes. Incorporar a la promoció els restaurants gastronòmics que compten amb reconeixement internacional. Fer de la cultura i oferta gastronòmica de Barcelona una peça clau del posicionament.
- 060308. Turisme i cultura. Impulsar l'existència d'oferta cultural que s'adreci al visitant espanyol i al visitant internacional. Art Ticket. Festa Catalana. Apps Museus. Festival Llum BCN, La Nit dels Museus 2014. "Hotels amb D.O.", ampliació de la BCNCARD.
- 060309. Oci nocturn. Impulsar plataformes de coordinació amb el sector de l'oci nocturn per avançar en la millor convivència i prevenció de conflictes (Poblenou).
- 060310. Turisme mèdic. Incorporar el turisme mèdic en la promoció turística. Pla de Negoci "Barcelona Health Destination". Barcelona Medical Destination.

- 060311. Turisme i esports. Afavorir la realització d'esdeveniments esportius de referència internacional per la seva capacitat d'atraure visitants i de posicionar la ciutat. Tennis Conde de Godó. La Marató de BCN. Mundial de bàsquet 2014. Mundials de Natació del 2013. Projecte Open Camp Europe.
- Turisme nàutic. Continuar sumant esforços entre els agents esportius i turístics Barcelona Clúster Nàutic.

0604. Barcelona Recomana

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona, en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Promoció Territorial i Turisme, gremis i associacions, tenia per objectiu promoure un sistema progressiu de reconeixement i prescripció dels establiments i serveis turístics de la destinació que es caracteritzin per la seva excel·lència.

Valoració mesura (0%) No iniciat / No Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 060401. Barcelona Recomana

060401. Barcelona Recomana

L'objectiu específic era promoure un sistema progressiu de reconeixement i prescripció dels establiments i serveis turístics de la destinació que es caracteritzin per la seva excel·lència.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Promoure un sistema progressiu de reconeixement i prescripció dels establiments i serveis turístics de la destinació que es caracteritzin per la seva excel·lència.
- Distingir a les empreses per la seva excel·lència en el servei, la seva vocació com empreses social i ambientalment responsables i l'adequació al model turístic.
- Reconèixer els establiments i serveis que compleixin amb els requisits, amb l'etiqueta "BARCELONA RECOMANA".
- Incloure preferentment aquestes empreses i serveis reconeguts en les informacions i campanyes de comunicació municipals i institucionals.
- Endegar un estudi sobre la proposta conceptual i viabilitat del sistema de reconeixement de l'excel·lència en el servei "Barcelona Recomana".

Valoració (0%) No iniciat / No Crític
--

PROGRAMA 07. INFORMACIÓ I ATENCIÓ

El programa tractava d'unificar esforços de comunicació, tant pels ciutadans com pels visitants, afavorint una bona informació i atenció de qualitat, base d'una promoció i experiència turística excel·lent.

Les mesures del programa són:

- 0701. BCN? Barcelona centre d'interpretació
- 0702. La informació i les noves tecnologies
- 0703. Atenció al visitant
- 0704. Antenes exteriors, ambaixadors i amics de Barcelona

Valoració general del programa:

07.	INFORMACIÓ I ATENCIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0701.	BCN? BARCELONA CENTRE D'INTERPRETACIÓ	(0%) No iniciat / No Crític
0702.	LA INFORMACIÓ I LES NOVES TECNOLOGIES	(75%) Iniciat / Òptim
0703.	ATENCIÓ AL VISITANT	(75%) Iniciat / Òptim
0704.	ANTENES EXTERIORS, AMBAIXADORS I AMICS DE BARCELONA	(0%) No iniciat / No Crític

0701. BCN? Barcelona centre d'interpretació

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a ICUB, tenia per objectiu oferir un espai que permeti aprofundir en el coneixement de Barcelona, a través d'un relat compartit amb el ciutadà, que orienti al visitant en relació a "què és", i "què ofereix" la ciutat.

Valoració mesura (0%) No iniciat / No crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 070101. BCN? Barcelona centre d'interpretació

070101. BCN? Barcelona centre d'interpretació

L'objectiu específic era la creació d'un centre d'interpretació amb l'objecte de respondre a la qüestió Què és Barcelona?

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Creació d'un centre d'interpretació per re-descobrir la ciutat.
- Desenvolupar la representació "virtual" de tots els continguts del Centre d'interpretació, penjats a la xarxa a través del nou portal turístic de Barcelona.

0702. La informació i les noves tecnologies

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Territorial i Turisme, IMI, Comunicació Corporativa i Qualitat, proveïdors d'informació turística, cultural i social, tenia per objectiu continuar millorant la informació disponible pel visitant aprofitant tot el potencial de les noves tecnologies per tal d'incrementar la qualitat de l'experiència del visitant, abans, durant i després de la visita.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 070201. Noves tecnologies d'informació i atenció del visitant
- 070202. Agenda del Visitant de Barcelona
- 070203. Portal de Turisme

070201. Noves tecnologies d'informació i atenció del visitant

L'objectiu específic era donar impuls a l'aplicació de les noves tecnologies en el camp de la informació i l'atenció de visitants.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Impulsar la disponibilitat d'eines tecnològiques interactives. Smartquesines. Taules Interactives de Punts d'Informació Turística. BBDD de Punts d'Interès Turístic (Microsoft-IMI). Meet Barcelona presència digital de l'Ajuntament de Barcelona.
- Nous suports digitals, amb informació turística Smartquesines, Taules Interactives d'informació turística.
- Xarxes i canals de comunicació i distribució electrònica de la informació turística. WiFi Platges. Barcelona WiFi. Barcelona Contactless.
- Impulsar la creació de punts d'accés multicanal per distribuir informació digital de la ciutat i continguts turístics a les principals zones turístiques de la ciutat. Meet Barcelona.
- Serveis automatitzats i electrònics de reserves amb tecnologies per internet, mòbils, etc. Sistema de reserves Park Güell. Sistema de reserves La Pedrera. Sistema de reserves de la Sagrada Família.
- Desenvolupament de noves tecnologies aplicades a la informació i interpretació de la ciutat. Ciutat Vella Temps Born. Concurs APPS4BCN, APPs d'informació turística de districtes, Apps Rutes Verdes, Informació de les platges.
- Aprofitament de les noves tecnologies pel desenvolupament de nous suports que facilitin les visites a les persones amb aquestes o altres disminucions. Web Ajuntament i Turisme de Barcelona.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

070202. Agenda del Visitant de Barcelona

L'objectiu específic era creació d'una agenda única que consolidi les diferents fonts, que inclogui esdeveniments i actes culturals, turístics i socials.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Creació d'una agenda única que consolidi les diferents fonts. Base de dades i agenda d'interès turístic territorialitzada per districtes i barris.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

070203. Portal de Turisme

L'objectiu específic era posar en marxa un portal únic que construeixi una sola "història de la marca" Barcelona, que serveixi com a font d'informació fiable i actualitzada de la destinació i que sigui rellevant per a tots els usuaris potencials.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Desenvolupar el portal de Turisme únic de Barcelona. Nova web Ajuntament www.barcelona.cat/turisme www.meet.barcelona.cat

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

0703. Atenció al visitant

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Territorial i Turisme, Mobilitat, Comunicació Corporativa i Qualitat, ICUB, Institut Municipal del Paisatge Urbà, Diputació de Barcelona, tenia per objectiu contribuir a la millora de l'experiència del visitant mitjançant la millora de la rebuda, atenció i senyalització a la destinació.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 070301. Senyalització de la destinació Barcelona
- 070302. Oficines d'informació i atenció
- 070303. Benvinguda dels visitants: Welcome to BCN (100%) Assolit

070301. Senyalització de la destinació Barcelona

L'objectiu específic era proposar i desenvolupar un Pla de senyalització turística de la destinació que faciliti la ubicació, el direccionament, l'orientació i la interpretació dels visitants.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Proposar un Pla de senyalització turística de la destinació.
- Grup de treball per a la senyalització turística de Barcelona.
- Manual corporatiu i criteris de la senyalització amb èmfasi turístic. Memòria tècnica per a la senyalització per a vianants.
- Adopció de criteris de senyalització turística i de la senyalització per a vianants.
- Projectes de senyalització turístic dels districtes per a vianants.

- Desplegament de la senyalització turística pe a vianants dels Plans de Turisme de Districte.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

070302. Oficines d'informació i atenció

L'objectiu específic era adaptar i millorar les diferents xarxes i sistemes d'informació i atenció al visitant.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Remodelació de les oficines d'informació turística de Turisme de Barcelona.
- Continuar millorant la base tecnològica de les xarxes d'oficines d'informació turística de Barcelona. Oficina informació turística virtual. Sistema virtual d'atenció al visitants.
- Millorar les oficines d'informació amb nous punts d'informació turística. Oficina turística Glòries. Oficina turística de la T1.
- Conveni amb Diputació de Barcelona per impulsar l'ampliació de la xarxa d'oficines d'informació a l'àmbit metropolità. Impulsar l'ampliació de la xarxa d'oficines d'informació a l'àmbit metropolità.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

070303. Benvinguda dels visitants: Welcome to BCN

L'objectiu específic era formalitzar la seva benvinguda, desenvolupant iniciatives per acompanyar-lo durant la seva estada a la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Carta de l'Alcalde de Barcelona als visitants. Pack d'informació i consells per als visitants i turistes de Barcelona. Welcome pack.
- Millora de l'atenció al visitant amb Agents cívics.

Valoració (100%) Assolit

0704. Antenes exteriors, ambaixadors i amics de Barcelona

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Promoció Territorial i Turisme, Promoció Internacional, Relacions Internacionals, Centres de Promoció Turística, Oficinas Españolas de Turismo, tenia per objectiu aprofitar la xarxa institucional d'oficines exteriors de les diverses administracions i la implicació de persones vinculades emocionalment en Barcelona, per tal de millorar la imatge, les relacions turístiques i la prescripció de Barcelona com a destinació.

Valoració mesura (0%) No iniciat / No Crític

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 070401. Relacions amb les antenes exteriors: CPT's, OET's, Consultats de Mar...
- 070402. Ambaixadors i Amics de Barcelona

070401. Relacions amb les antenes exteriors: CPT's, OET's, Consolats de Mar...

L'objectiu específic era millorar les relacions amb les diferents xarxes de representació de la ciutat de Barcelona a l'exterior.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Introduir en la xarxa de Consolats de Mar el turisme com un aspecte clau per tal de millorar les relacions turístiques internacionals.
- Desenvolupar actuacions de comunicació, formació i divulgació específiques per les persones que treballen a les antenes i xarxes de representació turística exteriors.
- Integrar les antenes exteriors en la creació, coordinació i difusió del sistema integral d'intel·ligència turística de Barcelona.
- Realitzar jornades per donar a conèixer i intercanviar informació entre els representats turístics de la ciutat i els representants de les oficines a l'exterior.
- Desenvolupar les relacions turístiques internacionals amb el treball conjunt de les antenes exteriors.
- Elaborar un Pla per a l'aprofitament turístic de les diferents antenes i xarxes de representació turística exteriors.
- Aprofitar el recolzament de les antenes exteriors per a la comercialització de productes turístics de Barcelona a l'exterior.

Valoració (0%) No iniciat / No Crític
--

070402. Ambaixadors i Amics de Barcelona

L'objectiu específic era l'establiment d'una comunitat virtual de persones, residents a Barcelona-Catalunya o a l'exterior, per tal de jugar un rol important com a prescriptors a diferents nivells.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Ambaixadors i Amics de Barcelona.
- Establir una comunitat virtual de persones, residents a Barcelona-Catalunya.

Valoració (0%) No iniciat / No Crític
--

PROGRAMA 08. SOSTENIBILITAT AMBIENTAL

El programa tractava d'integrar criteris de sostenibilitat ambiental en la planificació i gestió del turisme a Barcelona.

Les mesures del programa són:

- 0801. Avaluació de l'impacte ambiental de l'activitat turística
- 0802. Valorització i promoció turística dels actius ambientals de la destinació
- 0803. Foment de l'expertesa, la innovació i les bones pràctiques ambientals

Valoració general del programa:

08.	SOSTENIBILITAT AMBIENTAL	(50%) Iniciat / Regular
0801.	AVALUACIÓ DE L'IMPACTE AMBIENTAL DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
0802.	VALORITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA DELS ACTIUS AMBIENTALS DE LA DESTINACIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0803.	FOMENT DE L'EXPERTESA, LA INNOVACIÓ I LES BONES PRÀCTIQUES AMBIENTALS	(50%) Iniciat / Regular

0801. Avaluació de l'impacte ambiental de l'activitat turística

Aquesta actuació impulsada des de Medi Ambient en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Promoció Territorial i Turisme, Gremi d'Hotels de Barcelona, Gremi de Restauració, Fundació Barcelona Comerç, tenia per objectiu avaluar de forma periòdica l'impacte ambiental que genera el turisme a Barcelona.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposava una línia principal de treball:

- 080101. Avaluació de l'impacte ambiental de l'activitat turística

080101. Avaluació de l'impacte ambiental de l'activitat turística

L'objectiu específic era avaluar quin és l'impacte ambiental i identificar mesures i actuacions per minimitzar-lo i compensar-lo.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Anàlisi de l'impacte ambiental de l'activitat turística. Certificació Biosphere. Memòria sostenibilitat. Càlcul de la petjada de carboni de Turisme de Barcelona.
- Mesures especials Pla Especial Urbanístic Regulació Habitatges d'Ús Turístic Suspensió de llicències, anàlisi dels HUTs, delimitació de zones específiques, revisió Pla especial, informe ambiental, Informe de sostenibilitat.
- Incorporar indicadors ambientals. Indicadors ambientals de la Memòria de Sostenibilitat. Indicadors de Biosphere. Indicadors mediambientals de l'AGENDA 21.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

0802. Valorització i promoció turística dels actius ambientals de la destinació

Aquesta actuació impulsada des de Turisme de Barcelona en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Promoció Territorial i Turisme, Medi Ambient, Prevenció, Seguretat i Mobilitat, Turisme de Barcelona, AMB, Diputació de Barcelona, Gremi d'Hotels de Barcelona, tenia per objectiu posar de relleu el patrimoni natural i les bones pràctiques de gestió ambiental de la destinació, afavorint que els visitants facin un ús i un gaudi ambientalment responsable i juguin un paper de subjecte actiu en el manteniment d'un entorn urbà de qualitat.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 080201. Valorització dels actius ambientals
- 080202 Corresponsabilització ambiental dels visitants

080201. Valorització dels actius ambientals

L'objectiu específic era difondre el patrimoni natural i el *know-how* ambiental com a elements d'atracció de la destinació.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Difondre el patrimoni natural i el know-how ambiental. Els parcs de la ciutat (parcs, Montjuïc, concerts de música als parcs). App Rutes Verdes. Mapa de Collserola. Mapa Barcelona + Sostenible. Programa Turisme de Barcelona BST. Les platges de Barcelona.
- Patrimoni natural de la destinació Barcelona. Collserola, Montseny, Montserrat, Delta Llobregat, Garraf.
- Rutes ambientals (bus turístic, bici...). App Rutes Verdes.
- Equipaments de divulgació de la natura com el zoo, el jardí botànic, l'aquari, els museus de ciències, els centres municipals de difusió ambiental o els observatoris i planetaris.
- Elaboració del mapa ambiental de la ciutat. Mapa de Collserola.
- Visites a les xarxes d'infraestructures ambientals (Casa de l'Aigua Sant Andreu). Visites a 22@.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

080202. Corresponsabilització ambiental dels visitants

L'objectiu específic era subministrar informació específica als visitants sobre els valors de la ciutat, així com sobre bones pràctiques i prevenció de comportaments perjudicials.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Barcelona Sustainable Tourism. Oferta de visites a la ciutat amb mitjans de transport sostenibles Cooltra, Going Green o TaxiEcològic
- Mapa Barcelona + Sostenible.

- Hola BCN!. Transport més sostenible.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Corresponsabilització ambiental dels visitants.
- Subministrar informació específica als visitants sobre els valors de la ciutat i sobre bones pràctiques.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

0803. Foment de l'expertesa, la innovació i les bones pràctiques ambientals

Aquesta actuació impulsada des de Medi Ambient en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, Gremi d'Hotels de Barcelona, Gremi de Restauració, ACAV, UCAVE i altres associacions, Consell de Gremis, Fundació Barcelona Comerç, altres gremis i associacions, tenia per objectiu fomentar l'expertesa, la innovació i les bones pràctiques amb l'objectiu que el turisme a Barcelona sigui reconegut per la seva excel·lència en la pràctica ambiental.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 080301. Desenvolupament i difusió de bones pràctiques ambientals en l'oferta turística
- 080302. Promoció de les certificacions ambientals en la indústria turística
- 080303. Foment de l'expertesa, la innovació i la formació de personal en matèria ambiental

080301. Desenvolupament i difusió de bones pràctiques ambientals en l'oferta turística

L'objectiu específic era promoure, prestigiar i difondre les bones pràctiques ambientals.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Creació de l'Observatori de Turisme Responsable de TSI Turisme.
- Elaborar un banc de dades que reculli i divulgui les bones pràctiques ambientals del sector. Estudi de Bones pràctiques a la indústria turística. Associació Bicitours-Barcelona. Projecte Live - Projecte MOBEC Hotels. Incorporació d'estacions amb motos elèctriques en d'hotels de Barcelona. Eficiència energètica en hotels i espais MICE (Sant Pau, Fira, CCIB). Programa Barcelona Mar. Banderes blaves. Xiringuitos de les platges.
- Creació del programa Barcelona Sustainable Tourism. Oferta de visites a la ciutat amb mitjans de transport sostenibles Cooltra, Going Green o TaxiEcològic. Col·laboració de Turisme de Barcelona amb Sant Joan de Déu contra les malalties infantils
- Fórmules de reconeixement explícit de les bones pràctiques. Premis de Turisme Responsable de Catalunya. Premis Medi Ambient de la Generalitat. Reconeixement Biosphere Barcelona. Distinció Biosphere establiments certificats.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

080302. Promoció de les certificacions ambientals en la indústria turística

L'objectiu específic era aconseguir la promoció de l'excel·lència ambiental en la indústria turística, estimulant que les empreses assoleixin certificacions de qualitat ambiental, es proposa difondre les diverses tipologies de certificació ambiental en els diferents àmbits que incideixen en l'activitat turística, mostrant els beneficis derivats de les certificacions ambientals a partir d'empreses capdavanteres.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Promoure certificacions de sostenibilitat i responsabilitat en la planta hotelera amb el Gremi d'Hotels de Barcelona.
- Estudi Bones pràctiques a la indústria turística TSI ESADE.
- Realització de sessions de treball demostratives i d'intercanvi d'experiències amb els Gremis per a l'adopció de pràctiques de RSE i certificacions ambientals.
- Assessorament per a l'obtenció de les certificacions. Conveni Gremi d'Hotels de Barcelona Compromís amb la reducció del CO2 i promoció certificacions hoteleres. Conveni de l'Ajuntament de Barcelona amb Gremi d'Hotels i ITR per a la Certificació Biosphere.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

080303. Foment de l'expertesa, la innovació i la formació de personal en matèria ambiental

L'objectiu específic era assolir un màxim nivell de qualitat pel que fa els aspectes ambientals en tots els àmbits professionals vinculats al turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Realització de sessions de formació en diferents aspectes ambientals.
- Elaboració de guies i materials divulgatius. Gremi d'Hotels Guia de congressos més sostenibles. Guia d'hotels més sostenibles.
- Estudi de bones pràctiques RSE ESADE TSI.
- Pla de Resiliència i Adaptació de Barcelona al Canvi Climàtic.
- Criteris de sostenibilitat dels productes de merchandasing de Turisme de Barcelona.
- Projecte Empleaverde. Formació i sensibilització ambiental del personal turístic.
- Campanya BCN Respira relativa a la qualitat de l'aire.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

PROGRAMA 09. PROFESSIONALITZACIÓ

El programa tractava d'impulsar la formació i la professionalització dels treballadors, directius i empresaris de la indústria turística per tal de fomentar una oferta de qualitat i la prestació de serveis excel·lents, en un marc òptim de relacions laborals.

Les mesures del programa són:

- 0901. Concertació per a una ocupació de qualitat
- 0902. Diagnòstic de l'oferta formativa i anàlisi qualitativa de les necessitats formatives de l'activitat turística
- 0903. Mesures i incentius a la capacitació, qualificació i retenció dels treballadors
- 0904. Formació turística (reglada, ocupacional, contínua, directiva...)

Valoració general del programa:

09.	PROFESSIONALITZACIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0901.	CONCERTACIÓ PER A UNA OCUPACIÓ DE QUALITAT	(50%) Iniciat / Regular
0902.	DIAGNÒSTIC DE L'OFERTA FORMATIVA I ANÀLISI QUALITATIVA DE LES NECESSITATS FORMATIVES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(75%) Iniciat / Òptim
0903.	MESURES I INCENTIUS A LA CAPACITACIÓ, QUALIFICACIÓ I RETENCIÓ DELS TREBALLADORS	(0%) No iniciat / Crític
0904.	FORMACIÓ TURÍSTICA (REGLADA, OCUPACIONAL, CONTÍNUA, DIRECTIVA...)	(75%) Iniciat / Òptim

0901. Concertació per a una ocupació de qualitat

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme, Barcelona Activa en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, Comissions Obreres del Barcelonès, UGT, Foment del Treball, PIMEC, Gremi d'Hotels de Barcelona, Gremi de Restauració, Escola Superior de Restauració i Hostaleria de Barcelona, CETT, Consorci d'Educació de Barcelona, Fundació Barcelona Formació Professional i grups polítics, tenia per objectiu "Promoure un espai de concertació i treball comú per desenvolupar un mercat de treball de qualitat, inclús i d'alta productivitat, i que generi oportunitats professionals per a tothom, apostant per un creixement econòmic de la ciutat de Barcelona que incorpori més valor afegit i innovació, i que permeti assolir altes quotes de competitivitat, benestar i cohesió social i territorial". (objectiu del Pacte per a l'Ocupació de Qualitat 2008-2011).

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposava una línia principal de treball:

- 090101. Pacte per a l'Ocupació de Qualitat

090101. Pacte per a l'Ocupació de Qualitat

L'objectiu específic era la millora de l'ocupació a Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Anàlisi / Diagnosi de l'oferta formativa que permeti l'avaluació i optimització.
- Anàlisi qualitativa de les necessitats formatives de l'activitat turística.
- Mesures i incentius a la capacitat i qualificació dels treballadors. Accions formatives adreçades al sector turístic. Cibernàrium. Centre de Capacitació i Divulgació tecnològica de Barcelona Activa (2014 35 activitat turisme amb 515 assistents).
- Afavorir un marc d'acords entre empreses, gremis, sindicats, escoles i universitats per incidir en l'accés dels joves al mercat de treball. Direcció d'Empresa Barcelona Activa. Escoles del sector. CETT, ESHOB, Gremi d'Hotels, Trinijove, Forum District. Iniciatives de capacitat de Porta 22 (Market place B-Travel, Sinergys).
- Foment de l'emprenedoria. Barcelona Activa. Programes Barcelona Emprèn. Programa sectorial d'emprenedoria FUTURISME. Assessorament del Departament d'Emprenedoria de Barcelona Activa (projectes del sector turístic).

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Mesures per afavorir un millor nivell d'idiomes.
- Iniciatives que donin més prestigi a la professió.
- Mesures que afavoreixin la qualitat i la retenció dels treballadors.
- Programes d'acompanyament / formació adreçats a la modernització i Professionalització de la gestió empresarial.
- Millora de la coordinació amb les entitats de formació i inserció laboral especialment a Ciutat Vella (zona amb un major risc). Taula Raval (Museu Marítim, Barceló Raval, etc.). Tallers d'ocupació turisme. Trini Jove . Forum District.

El Pacte per l'ocupació de qualitat es va signar a l'any 2010, tot i que no es va continuar el seu desplegament.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

0902. Diagnòstic de l'oferta formativa i anàlisi qualitativa de les necessitats formatives de l'activitat turística

Aquesta actuació impulsada des de Barcelona Activa en la que s'implicava a Promoció Territorial i Turisme, Àrea de Turisme de la Diputació de Barcelona, Fundació Barcelona Formació Professional, Consell Comarcal del Barcelonès, Unió Comarcal de CC.OO del Barcelonès, UGT, PIMEC, tenia per objectiu determinar l'oferta i les necessitats formatives de les professions de la indústria turística per tal d'establir propostes d'actuació per a la millora de la formació turística.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 090201. Anàlisi / Diagnosi de l'oferta formativa
- 090202. Anàlisi qualitativa de les necessitats formatives

090201. Anàlisi / Diagnosi de l'oferta formativa

L'objectiu específic era avaluar i optimitzar l'oferta formativa.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Definir les competències requerides perquè una persona s'introdueixi amb garanties dintre de la indústria turística i esdevingui un veritable professional. Banc de dades de professions turístiques.
- Determinar la formació necessària en funció de les competències requerides i dissenyar activitats formatives que cobreixin de forma total o parcial aquella competència determinada. Porta 22. Cibernàrium.
- Realitzar un mapa de formació de la totalitat de l'oferta formativa del sector.
- Programes de formació específic Barcelona Activa.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Conèixer les necessitats de professionals del sector i alhora contribuir a dissenyar el seu marc formatiu.
- Garantir una oferta formativa segons perfils que permeti el creuament d'oferta formativa amb els perfils professionals requerits.
- Identificar les mancances de formació. Realització mapa d'oferta i anàlisi de demanda formativa en l'àmbit del turisme a Barcelona.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

090202. Anàlisi qualitativa de les necessitats formatives

L'objectiu específic era definir els perfils establir les competències requerides i identificar aspectes crítics estructurals de la indústria turística.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Definir els perfils base i intermedis per les professions de la indústria turística.
- Establir les competències requerides.
- Identificar els perfils necessaris i amb una major demanda en el mercat de treball.
- Determinar les competències transversals com idiomes, ofimàtica, atenció, assessorament i orientació al client, importància de la presència personal i les relacions públiques, motivació i treball en equip.
- Relacionar les competències de gestió bàsica necessàries en les activitats turístiques.
- Identificar aspectes crítics estructurals de la indústria turística.

Valoració (100%) Assolit

0903. Mesures i incentius a la capacitat, qualificació i retenció dels treballadors

Aquesta actuació impulsada des de Barcelona Activa en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Promoció Territorial i Turisme, empreses, gremis i associacions, sindicats, tenia per objectiu impulsar mesures i incentius per capacitar, qualificar i retenir els treballadors a la indústria turística i assegurar la qualitat en l'ocupació i professionalitat en les activitats turístiques.

Valoració mesura (0%) No iniciat / Crític

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 090301. Mesures de retenció de treballadors
- 090302. Mesures de capacitat i qualificació
- 090303. Mesures per millorar la sensibilització i el prestigi social

090301. Mesures de retenció de treballadors

L'objectiu específic era retenir a persones que treballen als establiments i serveis turístics com hotels, restauració, activitats d'oci, etc. per afavorir la conciliació i millora de les condicions laborals.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Determinar nodes de conflictivitat dels professionals.
- Proposar un marc de sistemes retributius, millores de les condicions laborals, formació i conciliació laboral, entre d'altres, per tal de fer front als desavantatges laborals del sector.
- Elaborar protocols per a la gestió dels Recursos Humans (models RRHH): selecció, Formació i Desenvolupament, Plans de Carrera, Polítiques retributives, etc. Disseny de programes d'acollida i d'integració de nous treballadors a l'empresa. Codis de fidelització dels col·laboradors a l'empresa.
- Millorar específicament l'adequació dels temps de treball que permeti conciliar la vida laboral i familiar garantint la igualtat per tots els col·lectius de treballadors.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

090302. Mesures de capacitat i qualificació

L'objectiu específic era millorar la capacitat i qualificació de persones que treballen o tenen intenció de fer-ho als establiments i serveis turístics.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Proposar i establir nous sistemes de capacitat i qualificació del personal que presta serveis turístics.
- Proposar i establir sistemes de reconeixement de bones pràctiques (formació i condicions laborals, professionalitat, igualtat d'oportunitats...).
- Formació per a joves en Hostaleria i Turisme en el marc del Projecte "Joves amb Futur".

Valoració (0%) No iniciat / Crític

090303 Mesures per millorar la sensibilització i el prestigi social

L'objectiu específic era millorar aspectes diversos com la sensibilització i el prestigi social del turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Assessorament dels perfils professionals del sector turístic a Porta 22.
- Actualitzar el banc de professions turístiques de Barcelona Activa – Porta 22 amb noves professions turístiques.
- Mesures per a millorar la percepció social de l'ocupació al sector. Jornades de Turisme i Hostaleria organitzada per Barcelona Activa Porta22. Nit del Turisme d'ACEPTUR.
- Programes de reinserció laboral i cursos de formació de l'Ajuntament de Barcelona. Espai d'Inclusió 20+20+20 del Districte de les Corts.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Establir mesures per una bona conciliació turisme – immigració.
- Incentivar la contractació preferent del personal en el barri per part dels establiments turístics com hotels, restaurants, etc.
- Aprofundir en iniciatives com l'Observatori de competències de la Cambra de Comerç de Barcelona, Emagister i infojobs.
- Concertar mesures per a millorar la percepció social de l'ocupació al sector.
- Promocionar les oportunitats laborals del sector fent èmfasi en els avantatges que el treball eventual pot suposar per a determinats col·lectius de treballadors/es.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

0904. Formació turística (reglada, ocupacional, contínua, directiva...)

Aquesta actuació impulsada des de Barcelona Activa en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Promoció Territorial i Turisme, Departament d'Educació, Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, sindicats, patronals, Cambra de Comerç, Consorci d'Educació de Barcelona, Fundació Barcelona Formació Professional, altres centres universitaris, escoles de negoci i centres de formació de la ciutat, tenia per objectiu millorar la formació dels professionals que presten servei a la indústria turística; millorar la qualitat, adequació i excel·lència de l'oferta formativa relacionada amb les activitats turístiques.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 090401. Impuls, millora i ampliació de la formació turística
- 090402. Modernització i professionalització de la gestió empresarial
- 090403. Barcelona com a centre de formació d'excel·lència

090401. Impuls, millora i ampliació de la formació turística

L'objectiu específic era l'impuls, millora i ampliació de la formació turística professional, tant la reglada, l'ocupacional com la contínua.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Adaptació i millora de la formació turística a la realitat actual, i a les exigències i criteris del nou espai europeu d'educació.

- Impulsar l'organització i millora de cursos, tallers i altres sistemes de formació contínua.
- Impulsar la formació professional inicial per generar treballadors que ofereixin garanties operatives.
- Afavorir el desenvolupament de cursos de formació en formació empresarial, TIC's, habilitats directives, etc. CIBERNÀRIUM. Cursos TIC i Turisme.
- Impulsar accions formatives de formació contínua, formació especialitzada. "Sessions de formació turisme. Barcelona Activa. Formació sector del taxi. Sessions de formació Tècnics de Turisme (Ajuntament, Districtes, etc.). Formació Casa d'Oficis Turisme i Cultura. Desenvolupament de treballs en el marc del turisme en diferents equipaments i espais municipals de la ciutat.
- Analitzar la situació formativa de les noves professions emergents per tal de detectar necessitats i condicions de treball. Barcelona Activa.
- Impulsar el turisme en la formació relacionada amb el comerç electrònic i les eines tecnològiques per millorar el servei al client. Cursos de formació Barcelona Activa.
- Impulsar plataformes de formació on line pel sector turístic.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Millorar el coneixement d'idiomes per part dels professionals del turisme amb cursos d'anglès, català i altres llengües.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

090402. Modernització i professionalització de la gestió empresarial

L'objectiu específic era la creació de programes d'acompanyament i formació adreçats a la modernització i professionalització en temes de gestió empresarial esdevé una part important per a la millora de la qualitat dels serveis.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Impulsar l'organització i millora de cursos i tallers de formació adreçat als gestors d'empreses turístiques. Cibernàrium. Barcelona Activa.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

090403. Barcelona com a centre de formació d'excel·lència

L'objectiu específic era millorar la qualitat general de l'oferta i de situar Barcelona com a ciutat reconeguda per la seva formació d'excel·lència en temes turístics.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Fomentar i impulsar la millora dels actuals centres existents per a què esdevinguin punts de referència en formació.
- Impulsar polítiques d'aliances i intercanvis dels centres de formació.
- Impulsar centres d'investigació i grups de recerca sobre turisme lligats als centres de formació.
- Foment de nova oferta de formació contínua en quant a temàtiques, horaris, modalitats presencial i on line.

- Impuls de la formació de primer i segon cycle vinculades a turisme. Promoció de la FP a Barcelona.
- Impuls de l'oferta docent de postgraus i mestratges per donar continuïtat als estudis de primer i segon cycle. Oferta de programes a les universitats de Barcelona.
- Impuls d'accions de sensibilització per fer atractiva la formació turística als centres existents. Saló de l'Ensenyament.
- Participació i generació de fòrums de debat sobre turisme en l'àmbit acadèmic. Conferència inaugural del curs acadèmic 2011/2012 del CETT, Sessió de "Turisme de negocis i les ciutats: el cas de Barcelona" en el Master en gestió i organització d'esdeveniments – turisme de negocis de l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera. Jornades Destinació Barcelona: història del Turisme a la ciutat. Jornada de ESADE Model turístic de Barcelona. II Congrés Internacional Turisme i Dret.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Atreure professorat i professionals especialitzats per formar el personal del futur.
- Impuls a la definició de nous marcs de treball per a becaris, investigadors, formació pràctica.
- Afavorir la creació del clúster d'Excel·lència Turístic en Formació a la ciutat de Barcelona.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

PROGRAMA 10. SENSIBILITZACIÓ I PEDAGOGIA

El programa tractava d'aconseguir un major coneixement i acceptació, per part de la ciutadania, mitjans de comunicació, visitants, institucions i indústria turística en general, del turisme i els seus efectes, tenint en compte tant els positius (a consolidar), com els negatius (a minimitzar)

Les mesures del programa són:

- 1001. Apropar el turisme a la ciutadania
- 1002. Sensibilització dels visitants
- 1003. Relació amb les institucions i indústria turística

Valoració general del programa:

10.	SENSIBILITZACIÓ I PEDAGOGIA	(50%) Iniciat / Regular
1001.	APROPAR EL TURISME A LA CIUTADANIA	(50%) Iniciat / Regular
1002.	SENSIBILITZACIÓ DELS VISITANTS	(25%) Iniciat / Crític
1003.	RELACIÓ AMB LES INSTITUCIONS I INDÚSTRIA TURÍSTICA	(75%) Iniciat / Òptim

1001. Apropar el turisme a la ciutadania

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, IMEB, Comunicació Corporativa i Qualitat, ICUB, Mitjans de comunicació, centres educatius, Consorci d'Educació de Barcelona, tenia per objectiu afavorir una consciència ciutadana compartida i positiva sobre el turisme mitjançant la creació i desenvolupament d'espais de debat, reflexió i coneixement, amb l'interès de promoure una major comprensió del fet turístic a la ciutat.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven quatre línies principals de treball:

- 100101. Espais per a la reflexió i sensibilització ciutadana
- 100102. Fes turisme a la teva ciutat
- 100103. El turisme a les escoles
- 100104. El turisme als mitjans de comunicació

100101. Espais per a la reflexió i sensibilització ciutadana

L'objectiu específic era la creació d'espais per a la reflexió i sensibilització ciutadana es pot materialitzar a través de diverses iniciatives de formats particulars.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Espais per a la reflexió i sensibilització ciutadana. Comissions de participació ciutadana.
- Organitzar seminaris i debats de reflexió sobre turisme. CCCB. Turismo global, ciudades souvenir. Jornades Destinació Barcelona: història del Turisme a la ciutat.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Realització de l'Exposició Turisme i Ciutat, plantejada per afavorir el debat i la reflexió crítica sobre el turisme.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

100102. Fes turisme a la teva ciutat

L'objectiu específic era apropar el turisme als ciutadans i ciutadanes a partir de vivències turístiques a la pròpia ciutat, fet que implica socialitzar els recursos, productes i espais de Barcelona en principi més usats pel turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Afavorir experiències turístiques pel ciutadà. Setmana terrasses d'hotel, fes de turista a la teva ciutat, rutes, Barcelon3s PITs. Barcelona Oportunity Week. Descomptes a hotels, restaurants, cultura, mercats.... Gaudir +.
- Saló Internacional de Turisme de Catalunya SITC. B-Travel Difusió oferta turística.
- Campanya "El meu lloc especial de Barcelona" (concurs de fotografia). Exposició col·lectiva 'Objectiu > BCN. Retratem la ciutat'.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

100103. El turisme a les escoles

L'objectiu específic era convertir el turisme en objecte de coneixement, així com per familiaritzar-lo entre la població més jove de la ciutat.

- Foment de treballs de recerca sobre turisme en l'àmbit escolar.
- Reconeixement de treballs de recerca en turisme. Premi CETT al millor treball de recerca escolar.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Confecció de crèdits de síntesi pels alumnes de secundària.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

100104. El turisme als mitjans de comunicació

L'objectiu específic era afavorir la reflexió i presència del turisme als mitjans de comunicació, entenent que la seva capacitat d'influència i repercussió social és molt gran.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Afavorir la reflexió i presència del turisme als mitjans de comunicació.

Valoració (100%) Assolit

1002. Sensibilització dels visitants

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Comunicació Corporativa i Qualitat, Prevenció, Seguretat i Mobilitat, operadors de transport, operadors i comercialitzadors turístics, allotjaments, Gremi d'Hotels de Barcelona, Apartur, Gremi de Restauració, Confederació de Comerç, altres gremis i associacions, tenia per objectiu sensibilitzar al visitant sobre els seus drets i deures a la ciutat de Barcelona, en tant que ciutadà temporal.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 100201. Redacció i difusió de la “Carta de drets i deures del visitant”
- 100202. Informació convivència

100201. Redacció i difusió de la “Carta de drets i deures del visitant”

L'objectiu específic era traslladar als visitants de Barcelona una sèrie de missatges sobre la ciutat, que bàsicament consisteixen en fer-lo conscient de l'estil de vida de Barcelona i del respecte que ha de mostrar als seus ciutadans, al paisatge i béns de la ciutat que se li posen a disposició.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Proposta de redacció de la carta.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Difusió de la carta.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

100202. Informació convivència

L'objectiu específic era elaborar i difondre informació sobre convivència, amb la implicació dels operadors turístics i dels gestors dels espais de major afluència de visitants.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Elaborar i difondre informació sobre convivència, amb la implicació dels operadors turístics i dels gestors dels espais de major afluència de visitants. Agents cívics.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Dissenyar i mantenir sistemes d'informació i difusió sobre les normes de convivència a la ciutat.
- Editar material informatiu “de lectura fàcil” per donar a conèixer la normativa de convivència de la ciutat. Welcome to Barcelona. Benvinguda d l'Alcade, consell autoprotecció i informació, seguretat i emergències.
- Elaborar i difondre material informatiu adreçat a col·lectius específics de població.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

1003. Relació amb les institucions i indústria turística

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, col·legis professionals, sindicats, patronals, tenia per objectiu fomentar un reconeixement de l'activitat turística en les diverses institucions, públiques i privades, de la destinació Barcelona, així com als diferents sectors implicats.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 100301. Presència del turisme en les institucions
- 100302. Presència del turisme en el món empresarial

100301. Presència del turisme en les institucions

L'objectiu específic era incorporar el tractament del turisme en les diverses institucions per tal de garantir que en les seves actuacions i planificacions, es compta amb la realitat turística com un element més. Especialment a efectes de planificació i de gestió, és important tenir present la realitat turística, que es defineix per ser una realitat transversal i que afecta a múltiples facetes de la societat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incorporar el tractament del turisme en les diverses institucions. Grups de Treball amb la Generalitat, la Diputació de Barcelona, altres institucions públiques i privades. Consell de Turisme de Barcelona. Grup d'Allotjament Turístic, Grup de Treball Mobilitat Turística, Grup de treball Intel·ligència Turística, Ponència Turisme i Ciutat, interlocució entre el Gremi d'Hotels i els districtes. Grup de Treball Implementació Plans de Turisme de Districte. Coordinació amb la Diputació de Barcelona.
- Continuar formant i sensibilitzant en aspectes turístics al conjunt dels servidors públics de l'administració local per tal de donar un millor servei al visitant.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

100302. Presència del turisme en el món empresarial

L'objectiu específic era millorar el prestigi social de l'activitat turística en l'entorn empresarial, especialment en aquells sectors que estan més involucrats en l'activitat turística.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Millorar el prestigi social de l'activitat turística en l'entorn empresarial. Cambra de Comerç. Sector Cultura. Comerç. Distribució. Infraestructures de transport i logística com el Port o Aeroport.
- Promocionar debats turístics en fòrums i espais de treball de les empreses o institucions com la Cambra de Comerç o els col·legis professionals.
- Implicació de les empreses turístiques amb la implementació del Plans de Turisme de Districte i el mapa turístic. Suport d'empreses a projectes innovadors, comunitat RIS3CAT.

- Taules de coordinació amb operadors i agents turístics. Grups de treball operadors de transports turístics. Grups de treball mobilitat. Grups de treball de coordinació de grans esdeveniments.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

PROGRAMA 11. SUPORT I PARTENARIAT AMB LA INDÚSTRIA

El programa tractava de fomentar la millora integral de la indústria turística, apostant per les noves tecnologies, la qualitat i la innovació com elements clau de la competitivitat de les empreses, els serveis i els productes turístics; enfortint i millorant la coordinació i la cooperació entre els empresaris, el teixit associatiu i l'administració municipal.

Les mesures del programa són:

- 1101. Atracció d'emprenedors, empreses i inversions
- 1102. Enfortiment del teixit associatiu i millora de la competitivitat sectorial
- 1103. Foment de la qualitat, la innovació i les noves tecnologies

Valoració general del programa:

11.	SUPORT I PARTENARIAT AMB LA INDÚSTRIA	(50%) Iniciat / Regular
1101.	ATRACCIÓ D'EMPREDORS, EMPRESES I INVERSIONS	(50%) Iniciat / Regular
1102.	ENFORTIMENT DEL TEIXIT ASSOCIATIU I MILLORA DE LA COMPETITIVITAT SECTORIAL	(75%) Iniciat / Òptim
1103.	FOMENT DE LA QUALITAT, LA INNOVACIÓ I LES NOVES TECNOLOGIES	(50%) Iniciat / Regular

1101. Atracció d'emprenedors, empreses i inversions

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Barcelona Activa, tenia per objectiu aconseguir atreure i facilitar noves inversions i projectes empresarials turístics de qualitat millorant el suport que es dona a les empreses i emprenedors de la indústria turística.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven cinc línies principals de treball:

- 110101 Suport i capacitació dels emprenedors
- 110102. Sistemes d'atracció, capacitació i suport empresarials
- 110103. Fòrums anuals per a emprenedors
- 110104. Acompanyament a les inversions en turisme a Barcelona
- 110105. Catàleg de projectes i productes d'especial interès

110101 Suport i capacitació dels emprenedors

L'objectiu específic era afavorir l'aprofitament dels serveis i eines actuals dedicades al suport i capacitació dels emprenedors.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Introduir el turisme en les iniciatives i programes que en aquest sentit es desenvolupen tant a Barcelona Activa com a la Cambra de Comerç de Barcelona.

Elaboració Programa d'emprenedoria en l'àmbit del Turisme. Turisme i Emprenedoria amb el Gremi d'Hotels. Turisme i Emprenedoria amb la DO d'Emprenedoria i SEGITTUR. Axelera Programa d'acceleració empresarial. Learning to Grow programa de capacitació empresarial.

- Assegurar l'assessorament als emprenedors turístics. Serveis i suport a més de 40 empreses.
- Disseny d'un programa a mida en el sector del turisme per acompanyar el procés de creació d'empreses o projectes emprenedors mitjançant formació, assessorament i suport en la recerca de finançament. Barcelona Mentoring Programa.
- Donar accés al programa de l'escola de dones emprenedores: accions de creació i creixement empresarial, per aquells projectes turístics promoguts per dones.
- Creació de l'Oficina de Tramitació Empresarial de Districte, començant per Ciutat Vella. Espai CREA. Obertura de l'Oficina de Creació d'Empreses de Ciutat Vella.

Actuacions desestimades:

- Donar major visibilitat al programa "DO IT IN BARCELONA" de Barcelona Activa, entre aquells que desenvolupin projectes turístics innovadors.

Valoració (100%) Assolit

110102. Sistemes d'atracció, capacitació i suport empresarials

L'objectiu específic era millorar l'activitat empresarial relacionada amb el turisme, així com la presència del turisme en l'entorn empresarial.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Sensibilització per posar en valor l'atractiu de la indústria turística com a oportunitat empresarial. Dossier sectorial de Turisme i del Model Turístic de Barcelona. SITC Difusió joves empreses innovadores del sector turístic, activitats de connexió entre grans empreses i microempreses (Synergys).
- Atenció i acompanyament a emprenedors estrangers en l'àmbit del turisme a través del projecte de captació de talent i emprenedors estrangers de Barcelona Activa. Landing d'empreses, assessorament idiomes.
- Adaptació dels continguts de les sessions de treball i formació a les realitats sectorials turístiques actuals.
- Continuar enriquint les eines de finançament com el programa microcrèdits, Venture capital i Start-ups, accés als convenis amb les entitats financeres, business angels, ICO, recursos públics, entre d'altres, de la Generalitat, Ajuntament-Barcelona Activa per a nous projectes turístics.
- Afavorir l'accés de les empreses turístiques a eines de finançament, creixement i internacionalització.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Crear un canal de comunicació entre el programa "Do it in Barcelona" de Barcelona Activa.

Valoració 50%) Iniciat / Regular

110103. Fòrums anuals per a emprenedors

L'objectiu específic era dedicar jornades anuals per als emprenedors, a les activitats, les oportunitats i els reptes que es plantegen en turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Dedicar jornades anuals per als emprenedors, a les activitats, les oportunitats i els reptes que es plantegen en turisme. Saló BIZ Barcelona. Saló Internacional de Turisme de Catalunya SITC. Difusió joves empreses innovadores del sector turístic, activitats de connexió entre grans empreses i microempreses (Synergys).
- Desenvolupar en el marc del HIT una àrea especialitzada en iniciatives turístiques. Bizbarcelona (que fusiona Dia de l'Emprenedor i Hit Barcelona i activitat empenedora).
- Premis a emprenedors. Premis Emprenedor XXI.

Valoració (100%) Assolit

110104. Acompanyament a les inversions en turisme a Barcelona

L'objectiu específic era la creació d'un servei de referència per a facilitar, donar suport i coordinar les inversions turístiques a la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Servei per agilitzar la creació i l'establiment d'empreses turístiques. Oficina d'atenció Empresa.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Creació d'un servei de referència per a facilitar, donar suport i coordinar les inversions turístiques a la ciutat.
- Crear la figura de responsable municipal pel desenvolupament hotelier/restauració.

No existeix un servei específic d'acompanyament a les inversions en turisme. Les funcions s'han realitzat des de diferents serveis i departaments municipals. BSM, DOTE, Urbanisme.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

110105. Catàleg de projectes i productes d'especial interès

L'objectiu específic era generar un catàleg de projectes d'especial interès que podrien ser d'interès per que la destinació Barcelona continuï esdevenint referent turístic.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Generar un catàleg de projectes d'especial interès per la destinació Barcelona.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

1102. Enfortiment del teixit associatiu i millora de la competitivitat sectorial

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Generalitat de Catalunya i Govern espanyol, gremis i associacions, tenia per objectiu la millora del teixit associatiu i la competitivitat sectorial, enfortint les associacions i gremis dels sectors relacionats amb el turisme; millorant la coordinació entre el sector privat i l'administració.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 110201. Foment de les estructures associatives i de representació
- 110202. Coordinació entre l'administració municipal i el teixit associatiu
- 110203. Impulsar Plans de millora de la competitivitat

110201. Foment de les estructures associatives i de representació

L'objectiu específic era impulsar i ajudar a enfortir els diferents gremis i associacions vinculades al turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Comptar amb interlocutors de màxima representativitat que estructurin el sector, vetllin per la seva qualitat, defensin els seus interessos i ajudin a construir projectes comuns entre els sectors públics i privats. Gremi d'Hotels, Gremi de Restauració. APARTUR. ACATUR...
- Impulsar i ajudar a enfortir els diferents gremis i associacions vinculades al turisme.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

110202. Coordinació entre l'administració municipal i el teixit associatiu

L'objectiu específic era millorar la coordinació entre els agents privats, al mateix temps que s'estableixin mesures d'actuació conjuntes amb els agents públics.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Desenvolupar actuacions conjuntes: dissenyar i millorar els protocols d'actuació per casos de seguretat, entre d'altres.
- Desenvolupar les actuacions necessàries quant a regulació, control i foment, comptant amb la interlocució i participació amb representants dels sectors. Desenvolupament regulació específica per a la ciutat de Barcelona. Conveni de col·laboració amb el Gremi d'Hotels de Barcelona.
- Establiment d'un marc permanent de col·laboració entre les parts per tal d'assolir els objectius i accions compartides en diferents àmbits. Reunions de Coordinació trimestral amb les associacions del sector: Gremi d'Hotels de Barcelona, Apartur i Acatur. Participació a la Taula de Coordinació amb el Gremi d'Hotels de Barcelona. Relació i interlocució amb les associacions Gremi d'Hotels, APARTUR, ACATUR.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Fomentar la introducció d'estàndards de qualitat i servei que permetin una millora dels membres i associats, millorant la reputació dels sectors i una millor comunicació i transparència al mercat.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

110203. Impulsar Plans de millora de la competitivitat

L'objectiu específic era impulsar l'elaboració i desenvolupament de plans d'actuació conjunts per implantar mesures en sectors d'activitat econòmica que així ho requereixin.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Avaluar la necessitat d'impulsar plans sectorials de millora competitiva per a sectors molt concrets. Creació d'una comunitat projectes innovació RIS3CAT.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Impulsar plans per a la millora de la competitivitat dels sectors turístics.
- Programa qualitat en els Habitatges d'Ús Turístic. Programa d'adhesió voluntària de qualitat i recomanació.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

1103. Foment de la qualitat, la innovació i les noves tecnologies

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Generalitat de Catalunya, Govern espanyol, gremis i associacions, tenia per objectiu contribuir a la millora competitiva de la indústria turística mitjançant el foment de la qualitat, la innovació i les noves tecnologies a l'empresa.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven set línies principals de treball:

- 110301. Qualitat pels establiments i la destinació turística
- 110302. Foment de la innovació
- 110303. Foment de les noves tecnologies
- 110304. Centre de capacitació tecnològica per a professionals
- 110305. Oportunitats de negoci que es generen pel nou Pla d'Usos (Ciutat Vella)
- 110306. Indicadors i estudis per mesurar la competitivitat empresarial
- 110307. Taules amb empresaris

110301. Qualitat pels establiments i la destinació turística

L'objectiu específic era fomentar la millora contínua de les empreses i els serveis de la indústria turística de la ciutat, mitjançant l'adhesió a sistemes de qualitat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Fomentar la incorporació a sistemes de qualitat existents. Conveni Gremi d'Hotels, Ajuntament de Barcelona, ITR per a la certificació Biosphere d'hotels.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Fomentar la incorporació als diferents sistemes de qualitat existents i que poden ser útils pel sector. Biosphere (establiments individuals, destinació Biosphere,...).
- Aconseguir certificacions de qualitat en els serveis turístics que presta l'Ajuntament.
- Treballar amb els diferents barris de Barcelona per tal d'impulsar el programa de qualitat SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística Española de Destinos).
- Impulsar el desenvolupament d'un primer projecte pilot "Q qualitat" en el subsector dels apartaments turístics (habitatges d'ús turístic).
- Difondre informació sobre els requeriments mínims legals, així com els requeriments aconsellables des de l'administració municipal, als establiments turístics que operen a la ciutat en matèria d'accessibilitat, medi ambient, qualitat, RSC, etc.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

110302. Foment de la innovació

L'objectiu específic era impulsar la presència i adaptació de la innovació a les empreses turístiques de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incentivar, mitjançant premis i altres reconeixements, la implantació de projectes innovadors, tant a nivell d'empresa-projecte, com a nivell de producte, gestió, processos o comercialització. Premis de Turisme Responsable Catalunya, Premis Alimara, Premi Urban Lab Challenge.
- Assessorament a diversos projectes d'emprenedoria i empresa. Impuls a la creació de productes lligats als nous atractors urbans. mTourism Mobile World Capital per relacionar el sector turístic cultural amb les empreses de noves tecnologies.
- Donar ajudes a projectes d'agrupacions innovadores que combinin diferents subsectors, segments, etc. Comunitat innovació ens turisme. RIS3CAT.
- Desenvolupar taules de treball, premis i reconeixements a les iniciatives i empreses turístiques innovadores, etc. Dinamització del Grup de Treball del Clúster TIC de Bdigital. Col·laboració amb el Fòrum TurisTIC de Bdigital.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Adaptar els serveis d'assessorament, suport i informació a les necessitats dels empresaris turístics amb iniciatives innovadores.
- Establir mecanismes per tal d'aprofitar les innovacions generades susceptibles de millorar la competitivitat, l'especialització i la diferenciació de l'oferta turística.
- Formalitzar els procediments que facilitin l'adequada transferència tecnològica entre les universitats, els centres d'investigació i de recerca i les empreses (BCN LABTUR). RIS3CAT Comunitat futura evolució.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

110303. Foment de les noves tecnologies

L'objectiu específic era impulsar la millora de la base i el coneixement tecnològic per part dels treballadors i les empreses turístiques de la ciutat, aprofitant l'experiència i les plataformes i programes de Barcelona Activa, la Cambra de Comerç de Barcelona i altres agents.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Impulsar la generació d'espais virtuals i eines tecnològiques per a la formació de les empreses turístiques. Cibernàrium.
- Aprofitar l'assessorament a pime's de la Cambra de Comerç de Barcelona en matèria de noves tecnologies. OAE
- Impulsar la formació i la divulgació tecnològica a través d'equipaments com el Cibernàrium de Barcelona Activa i el nou centre de capacitació tecnològica per a professionals. Centre de Capacitació i Divulgació tecnològica de Barcelona Activa (2014 35 activitat turisme amb 515 assistents).
- Impulsar la participació en plans tecnològics o de la societat de la informació com el programa AVANZA. Impuls al clúster Ecommerce&Tech Barcelona aconseguir 110 socis en el seu primer any de vida sector. Conveni SEGITUR.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aprofitar l'existència del sistema de capacitació tecnològica de la Generalitat adreçat a treballadors en general, per a una major implicació dels treballadors del sector turístic.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

110304. Centre de capacitació tecnològica per a professionals

L'objectiu específic era desenvolupar un centre de capacitació tecnològica per a professionals de la indústria turística, que es podria situar al districte 22@, que permeti disposar d'una infraestructura pública de primer nivell per a la formació d'empreses i professionals de la indústria turística en les noves tecnologies.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Desenvolupar un centre de capacitació tecnològica per a professionals de la indústria turística. CIBERNÀRIUM. Cursos TIC i Turisme.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

110305. Oportunitats de negoci que es generen pel nou Pla d'Usos (Ciutat Vella)

L'objectiu específic era establir un servei d'atenció, recolzament i assessorament d'empreses i establiments afectats per mesures normatives municipals o de planificació, d'acord a les oportunitats de negoci que es generen per noves normatives com el Pla d'Usos de Ciutat Vella. Aquest servei quedaria sota la responsabilitat de l'Oficina de Tramitació Empresarial de districte.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Establir un servei d'atenció, recolzament i assessorament d'empreses i establiments afectats per mesures normatives municipals o de planificació, d'acord a les oportunitats de negoci que es generen per noves normatives com el Pla d'Usos de Ciutat Vella (el Pla d'usos de Ciutat Vella va ser modificat). Espai CREA. Obertura de l'Oficina de Creació d'Empreses de Ciutat Vella.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

110306. Indicadors i estudis per mesurar la competitivitat empresarial

L'objectiu específic era desenvolupar un sistema d'indicadors i estudis per a la mesura de la competitivitat empresarial de les empreses turístiques o relacionades.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Indicadors i estudis del Gremi d'hotels i Exceltur URBANTUR.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Desenvolupar un sistema d'indicadors de la competitivitat empresarial de les empreses turístiques.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

110307. Taules amb empresaris

L'objectiu específic era impulsar la celebració continuada i estructurada de taules empresarials i sectorials per tractar aspectes sectorials, compartir i analitzar bones pràctiques empresarials i reptes de futur.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Impulsar la celebració continuada i estructurada de taules empresarials i sectorials. Comissió d'allotjament turístic (APARTUR, ACATUR, GREMI), Comissions sectorials de la Taula de Turisme de Catalunya, Bones pràctiques RSE Hoteleria, Programes Turisme de Barcelona (BCB, Shopping), Barcelona Creixement.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

PROGRAMA 12. NOVA GOVERNANÇA I FINANÇAMENT

El programa tractava de potenciar i adaptar les estructures de planificació, gestió, atenció i promoció del turisme al nou Model Turístic, que es concep com a part del model de ciutat, així com millorar i garantir el seu finançament.

Les mesures del programa són:

- 1201. Consell Turisme i Ciutat
- 1202. Consorci Turisme de Barcelona
- 1203. Adequació de l'estructura executiva de l'Ajuntament als reptes que planteja el Turisme a la ciutat
- 1204. Promoció global de ciutat – City Marketing
- 1205. Fons econòmic Turisme i Ciutat
- 1206. Execució, seguiment i avaluació del Pla Estratègic 2015

Valoració general del programa:

12.	NOVA GOVERNANÇA I FINANÇAMENT	(25%) Iniciat / Crític
1201.	CONSELL TURISME I CIUTAT	(0%) No iniciat / Crític
1202.	CONSORCI TURISME DE BARCELONA	(25%) Iniciat / Crític
1203.	ADEQUACIÓ DE L'ESTRUCTURA EXECUTIVA DE L'AJUNTAMENT ALS REPTES QUE PLANTEJA EL TURISME A LA CIUTAT	(75%) Iniciat / Òptim
1204.	PROMOCIÓ GLOBAL DE CIUTAT - CITY MARKETING	(25%) Iniciat / Crític
1205.	FONS ECONÒMIC TURISME I CIUTAT	Desestimat
1206.	EXECUCIÓ, SEGUIMENT I AVALUACIÓ DEL PLA ESTRATÈGIC 2015	(25%) Iniciat / Crític

1201. Consell Turisme i Ciutat

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Alcaldia, Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, tenia per objectiu formalitzar un ampli espai de debat i reflexió compartit entre tots els actors implicats per tal de vetllar pels tres principis del Model Turístic proposat: coherència amb el Model de Ciutat, equilibri ciutadà - visitant i sostenibilitat, com a garantia de l'èxit a llarg termini.

Valoració mesura (0%) No iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 120101. Composició i funcions

120101. Composició i funcions

L'objectiu específic era disposar d'un ampli espai de participació, consell, contrast i seguiment de les línies mestres del Pla i en especial del Model Turístic proposat, per tal de legitimar el procés endegat durant el procés de reflexió 2008-2010.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Creació Consell Turisme i Ciutat.
- Participació de la població: Consell Turisme i Ciutat.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

1202. Consorci Turisme de Barcelona

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, tenia per objectiu promocionar la Destinació Barcelona, tant internament (ciudadà), com externa, en el marc de la política turística municipal consensuada fruit del Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 120201. Finançament de Turisme de Barcelona
- 120202. Principals canvis proposats

120201. Finançament de Turisme de Barcelona

L'objectiu específic era obrir noves fórmules de finançament complementàries que donin més recursos, més estabilitat als ingressos i una major adequació als objectius de promoció turística de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aportacions de fons de l'Impost de les Estades en Establiments Turístics de la Generalitat.
- Aportació de membres de nous programes de Turisme de Barcelona.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

120202. Principals canvis proposats

L'objectiu específic era endegar un "procés reconstituent" del Consorci.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Dotar al Consorci Turisme de Barcelona d'una major capacitat executiva. Incorporació de nous membres: Diputació de Barcelona, Port de Barcelona, Fira de Barcelona, Aeroport, Gran Teatre del Liceu, Reial Club de Tennis Barcelona.
- Millorar i assegurar un major finançament net per a la promoció i atenció turística. Impost d'Estades en Establiments Turístics.
- Incorporar nous actors econòmics i institucionals que permetin un millor aprofitament de sinèrgies (Port, Aeroport, Fira).

- Incorporar nous agents territorials que permetin una més adequada promoció (Diputació, AMB, Generalitat...). Incorporació UGT, CCOO i FAVB grups polítics, a Turisme de Barcelona.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Evolució gradual dels òrgans actuals fins arribar a un veritable govern turístic metropolità.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

1203. Adequació de l'estructura executiva de l'Ajuntament als reptes que planteja el Turisme a la ciutat

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica i Gerència Municipal en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Medi Ambient, Prevenció, Seguretat i Mobilitat, Guàrdia Urbana, Inspecció i Llicències, Urbanisme, Educació, Cultura i Benestar, Coordinació Territorial, Districte Ciutat Vella, altres districtes, tenia per objectiu impulsar el rol municipal adequat en el camp del turisme que permeti tant facilitar l'activitat turística com la seva millor adequació a la realitat urbana a través dels instruments competencials de representació, gestió i coordinació interdepartamental necessaris.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 120301. Direcció de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona
- 120302. Taula Tècnica Municipal Turisme i Ciutat

120301. Direcció de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona

L'objectiu específic era un cop creada la Direcció de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona, caldrà que es potenciï des del punt de vista de les seves funcions i recursos. Aquesta Direcció, amb les funcions que li són assignades, ha de permetre fer realitat i evidenciar i un salt significatiu en la gestió municipal de l'activitat turística.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Anar assumint efectivament en un horitzó temporal les funcions assignades.
- Planificació turística: plans i estudis. Plans de turisme de Districte. Enquesta de visitants. Estudi d'impacte econòmic del turisme 2013.
- Desenvolupament i suport a la política turística municipal. Polítiques turístiques de l'Ajuntament com Turisme responsable i sostenible, Desconcentració, Efectes del turisme, regulació i ordenació, Foment de l'activitat econòmica, Esdeveniments. Turisme en el Marc estratègic de l'Ajuntament.
- Relacions entre l'Ajuntament i les altres administracions. Coordinació amb Generalitat de Catalunya, Diputació de Barcelona.
- Relacions amb els sectors econòmics associats al turisme per a facilitar-ne la seva activitat. Relacions amb comerç, grans infraestructures Port, Aeroport i Fira.
- Proposta de mesures de millora de l'activitat turística.
- Proposta de mesures d'ordenació i control de l'activitat turística. HUTs, Albergs, Bed and breakfast.

- Proposta de mesures de minimització de l'impacte. Sagrada Família. Park Güell.
- Suport tècnic a barris i districtes. Plans de turisme de districte. Seguiment del grau de progrés dels Plans. Grup de Treball Implementació Plans de Turisme de Districte.
- Foment de la millora de la indústria turística.
- Mapa de projectes a càrrec del conjunt d'àrees municipals relacionats amb turisme.
- Impuls a la relació entre esdeveniments de ciutat i l'activitat econòmica dels sectors econòmics implicats.
- Coordinació interdepartamental en matèria turística. Coordinació de la Comissió de seguiment d'Allotjament Turístic. Coordinació del grup de treball dinamització turística Glòries. Coordinació del Grup de treball intel·ligència Turística. Coordinació del Grup de treball Sistema d'Informació i Gestió Turística. Coordinació Grup de treball implementació Plans de Turisme de Districte. Coordinació Ponència Turisme i Ciutat. Coordinació Taula Municipal Turisme i Ciutat
- Membre de Comissió de seguiment de Glòries. Membre de Comissió interdepartamental del Call. Membre de Comissió Mixta d'Il·luminació d'hotels. Membre de Comissió mixta Paisatge Urbà. Membre de la Comissió dels Usos del Paisatge. Membre de la Taula de Policia Administrativa. Membre de Ponència Comerç i Consum. Membre de la Ponència de Coordinació i Esdeveniments Events Landing. Membre de Ponència de Mobilitat. Membre de Taula de Corresponsabilitat Serveis Personal i Territorial. Membre de Taula de Corresponsabilitat de l'Espai Públic. Membre de Taula de coordinació Park Güell. Membre de Taula de Policia Administrativa de Ciutat. Membre del Grup de treball Barcelona ciutat oportunitats professionals. Membre del Grup de treball del Consell de Seguretat Urbana. Membre del Grup específic del Pacte per la Mobilitat. Membre del Grup de treball Mobilitat Turística. Membre del Grups de Treball de la Ponència de Mobilitat. Membre del Grup de treball senyalització. Membre del Grup motor del mapa Barcelona. Membre Grup de treball Responsabilitat Social Empresarial.
- Secretaria de la Taula Tècnica Municipal Turisme i Ciutat.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Impuls, seguiment i avaluació Pla Estratègic de Turisme 2015.
- Impuls al desenvolupament d'un l'Observatori i centre d'innovació turística.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

120302. Taula Tècnica Municipal Turisme i Ciutat

L'objectiu específic era impulsar la Taula Tècnica Municipal Turisme i Ciutat, que "es configura com un instrument de coordinació transversal amb facultat de generar encàrrecs a l'organització municipal, sense facultats resolutives i vinculada als òrgans de l'administració municipal executiva".

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Alinear les actuacions de les diverses àrees municipals en la gestió de l'impacte del turisme a la ciutat.
- Proposar mecanismes que permetin anticipar els impactes dels fluxos turístics en la gestió municipal. Anàlisi predictiu del comportament del turisme. SIGT.
- Proposar mesures de millora que incideixin en la gestió del turisme en relació a la ciutat.

- Estudiar l'evolució dels indicadors, tant de concessió de llicències com de tasques d'inspecció, dels habitatges d'ús turístic.
- Proposar mecanismes que garanteixin l'homogeneïtat del tracte que es dona a cada districte a les problemàtiques del turisme en relació a la ciutat.
- Incorporar com a membres de la Taula a la Direcció General del Consorci Turisme de Barcelona i d'altres districtes amb especial incidència en matèria de turisme.

Valoració (100%) Assolit

1204. Promoció global de ciutat – City Marketing

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Comunicació Corporativa i Qualitat, Programa Barcelona Events, Turisme de Barcelona, Institut Barcelona Esports, ICUB, empreses i altres sectors implicats, tenia per objectiu contribuir al millor posicionament internacional de la ciutat per tal de facilitar la generació de valor, fonamentalment econòmic, mitjançant la captació de talent, empreses, inversions, visitants i grans esdeveniments, contribuint a la millora de la qualitat de vida dels seus ciutadans.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 120401. Barcelona World
- 120402. Barcelona Marketing Platform

1204. Promoció global de ciutat – City Marketing

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Definir i planificar el posicionament estratègic de la ciutat
- Coordinar les actuacions estratègiques dels sectors implicats en matèria de promoció internacional. BCD, Biocat, ...
- Liderar la captació de grans esdeveniments. Convention Bureau. Events landing. Seastrade Med.
- Captació, fonamentalment, de: seus institucionals, empreses, emprenedors, talent, inversions, visitants, grans esdeveniments esportius, musicals i culturals. Festival Sónar. Mobile World Capital. Saló Smart City Expo World Congress. AFCE AWARDS CINEPOSIUM 2015. Barcelona i Viena acollen el principal congrés europeu de gastroenterologia. Barcelona Institute of Technology (BIT). III Congrés Internacional sobre Turisme Asiàtic. Conferència Internacional de Turisme Responsable. Jornades Europees de Comerç Urbà. World Routes 2017. II Congrés eeST – Smart Destination. Ral·li Internacional de cotxes d'època BCN-Sitges...

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Desenvolupar i gestionar legal i estratègicament la marca Barcelona. Marca Barcelona.

120401. Barcelona World

L'objectiu específic era aprofitar la recent creada Barcelona World mitjançant la Mesura de Govern "Posicionament econòmic global de Barcelona a través de l'estratègia de desenvolupament i promoció de la marca Barcelona".

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Crear un model propi d'instrument de gestió i promoció de la marca per a Barcelona. Creació de l'Agència Marca Barcelona.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

120402. Barcelona Marketing Platform

L'objectiu específic era donar un pas més i avançar cap a un espai formal de City marketing que integrés la plataforma Barcelona World i assumís també les funcions de coordinació de les actuacions estratègiques dels sectors implicats en matèria de promoció internacional i liderés la captació de grans esdeveniments per la ciutat, assegurant un calendari al llarg de tot l'any.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Desenvolupar un portal que serveixi de porta d'entrada global a tot visitant i resident.

Actuacions desestimades:

- Constitució d'un equip d'àmplia representació del territori per a la definició i la planificació de les activitats de city màrqueting.

Valoració Desestimat

1205. Fons econòmic Turisme i Ciutat

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica i Hisenda en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, sectors i organismes implicats, FMC, FEMP, Ministerio de Economía y Hacienda, AMB, tenia per objectiu dotar a Barcelona d'una major i més estable capacitat financera pel que fa a la promoció, atenció i gestió del turisme, com a condició imprescindible per a la sostenibilitat i millora competitiva d'una de les principals indústries de Barcelona.

Valoració mesura Desestimat

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 120501. Unes majors necessitats de despesa derivades del turisme
- 120502. Volum i estructura d'ingressos del Consorci Turisme de Barcelona. Fonts complementàries
- 120503. Propostes del nou finançament

120501. Unes majors necessitats de despesa derivades del turisme

L'objectiu específic era la necessària consideració d'un replantejament del volum i les fonts d'ingressos de Turisme de Barcelona per tal de fer front a les febleses exposades anteriorment.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Trobar noves fonts d'ingressos. Impost de les Estades en Establiments Turístics.

120502. Volum i estructura d'ingressos del Consorci Turisme de Barcelona. Fonts complementàries

L'objectiu específic era la necessària consideració d'un replantejament del volum i les fonts d'ingressos de Turisme de Barcelona per tal de fer front a les febleses exposades anteriorment.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aportacions per a la promoció a Turisme de Barcelona. Impost de les Estades en Establiments Turístics.
- Millores per a la gestió de nous productes/serveis propis i merchandising.
- Millores per a la comercialització de productes / serveis aliens.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aportacions d'altres institucions rellevants com la Diputació, la Fira, el Port...
- Millores en Sponsoring i Publicitat.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

120503. Propostes del nou finançament

L'objectiu específic era concretar les fonts i determinar els mecanismes de gestió i assignació de recursos.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Creació del Fons, concretar les fonts i determinar la titularitat i els mecanismes de gestió i assignació de recursos. IEET Generalitat Fons del Foment del Turisme.
- Considerar la viabilitat política, legal i administrativa d'impostos que permetin la contribució dels turistes a la dotació del Fons. Treballs preparatoris proposta taxa turística a Barcelona.
- Fons econòmic Impost d'Estades Establiments Turístics. Fons IEET. Propostes de projectes IEET. Informe aplicació Fons del Foment del Turisme.
- Identificar i estudiar la viabilitat de treure rendiment econòmic a la gestió turística d'espais públics. Park Güell, Montjuïc, Zona Bus.
- Avançar cap un major equilibri entre recursos autogenerats i aportacions institucionals al Consorci Turisme de Barcelona.
- Assegurar un major pressupost pel Consorci.
- Desenvolupar tot el potencial de generació de recursos que suposa l'e-marketing.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Disminuir la dependència de l'evolució de l'activitat turística.
- Permetre "invertir" en la promoció de productes estratègics no "rendibles" econòmicament pel Consorci.
- Considerar l'oportunitat d'incorporar nous agents econòmics i institucions rellevants al finançament de la promoció turística i de ciutat.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

1206. Execució, seguiment i avaluació del Pla Estratègic 2015

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a Cambra de Comerç i Turisme de Barcelona, tenia per objectiu portar a la pràctica les recomanacions i actuacions proposades pel Pla (l'execució del Pla), establint els oportuns mecanismes i instruments de monitorització del procés (avenç del Programes i actuacions) i del grau d'èxit (contribució als objectius estratègics), així com donar continuïtat a l'esforç col·lectiu iniciat amb el present Pla per tal que el mètode emprat formi part d'una "manera" natural i permanent de fer.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven quatre línies principals de treball:

- 120601. Planificació Estratègica permanent
- 120602. Fem Pla
- 120603. Execució i monitorització del Pla
- 120604. Organització de seguiment

120601. Planificació Estratègica permanent

L'objectiu específic era estar atents, contínuament, identificant oportunitats, preveient problemes i avançant solucions.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Procés participatiu Ciutat i Turisme. Bases per un Pacte local del Turisme.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Anticipar-se als reptes de futur.
- Facilitar els canvis necessaris per afrontar aquests reptes.
- Promoure la participació de tots els agents implicats.
- Fer possible el consens entre interessos divergents.
- Prioritzar decisions.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

120602. Fem Pla

L'objectiu específic era donar continuïtat al procés obert i participatiu emprat durant l'elaboració del Pla, ajudant a consolidar la presència del turisme a la societat, coordinant mesures per tal d'avançar en l'encaix Turisme i Ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Presentacions del Pla Estratègic de Turisme. Jornades de Planificació Turística Local.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Projectió permanent del Pla: www.turismebcn2015.cat
- Jornades i debats sobre l'encaix i la millora competitiva del turisme a la ciutat.
- Idees per millorar: Plataforma Open Innovation Lab Barcelona i el Turisme.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

120603. Execució i monitorització del Pla

L'objectiu específic era passar de l'estratègia a l'operació.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Pla Operatiu 2011-2015.
- Pla Director de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Pla d'empresa de Turisme de Barcelona.
- Monitorització del Pla.
- Sistema d'indicadors de Seguiment (SIS).
- Organització del seguiment, definint responsables, instruments i mecanismes de presa de decisions.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

120604. Organització de seguiment

L'objectiu específic era el sistema de seguiment i control del Pla estarà impulsat per la Direcció de Promoció Territorial i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Direcció de Promoció Territorial i Turisme.
- Coordinadors d'Àmbit.
- Documentació de Seguiment.
- Informe Anual de Seguiment i Execució del Pla.
- Fitxa de Seguiment.
- Reunions de Seguiment del Pla.
- Control de l'execució del Pla.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

PROGRAMA 13. GESTIÓ MUNICIPAL DELS EFECTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA

El programa tractava d'assegurar el desenvolupament de l'activitat turística de forma harmònica amb la dinàmica ciutadana, a través de la coordinació de l'actuació dels diversos serveis municipals implicats.

Les mesures del programa són:

- 1301. Gestió d'espais turístics
- 1302. Seguretat ciutadana i turisme
- 1303. Mobilitat turística
- 1304. Ordenació i control de l'activitat turística
- 1305. Centre Municipal d'Operacions

Valoració general del programa:

13.	GESTIÓ MUNICIPAL DELS EFECTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
1301.	GESTIÓ D'ESPais TURÍSTICS	(50%) Iniciat / Regular
1302.	SEGURETAT CIUTADANA I TURISME	(50%) Iniciat / Regular
1303.	MOBILITAT TURÍSTICA	(25%) Iniciat / Crític
1304.	ORDENACIÓ I CONTROL DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(25%) Iniciat / Crític
1305.	CENTRE MUNICIPAL D'OPERACIONS	Desestimat

1301. Gestió d'espais turístics

Aquesta actuació impulsada des de Districtes en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Econòmica, Prevenció, Seguretat i Mobilitat, Medi Ambient, ICUB, Turisme de Barcelona, gestors de cada espai, tenia per objectiu gestionar amb una concepció integral els espais turístics de la ciutat; adaptar la gestió dels serveis municipals a l'ús intensiu de l'espai urbà que en facin els visitants, ja sigui en moments puntuals o indrets concrets; establir mesures que a través de la gestió millorin la dinàmica i minimitzin l'impacte en l'entorn urbà d'aquells espais que es trobin saturats per un nombre de visitants que excedeixi la seva capacitat de càrrega.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven cinc línies principals de treball:

- 130101. Pla de gestió de visitants
- 130102. Mesures de gestió a la Rambla
- 130103. Nou accés al Museu Picasso per Plaça Sabartés
- 130104. Pla Integral d'Actuacions al Park Güell
- 130105. Entorns Sagrada Família

130101. Pla de gestió de visitants

L'objectiu específic era realitzar Plans de gestió de visitants en els espais i equipaments que comptin amb una afluència de visitants de més de mig milió de visitants anuals.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Realitzar Plans de gestió de visitants en els espais i equipaments que comptin amb una afluència de visitants de més de mig milió de visitants anuals
- Plans de Protecció Civil de la ciutat.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

130102. Mesures de gestió a la Rambla

L'objectiu específic era analitzar cadascun dels elements que donen singularitat a la Rambla, per establir una sistemàtica d'actuacions de millora que, de forma puntual i progressiva, serveixi per anar assolint els diferents objectius.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Taula Tècnica interdepartamental de la Rambla (2008) com a mecanisme que el Districte proposa per aconseguir la dignificació, l'ordenació i la millora qualitativa de la Rambla i, en concret.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Millorar i reordenar la Rambla. Aprovació inicial del Pla Especial de la Rambla. Pla Cor, amb la participació de més de 60 entitats de la ciutat. Venda de Souvenirs amb segell Rambla de les Flors. Reordenació de les estàtues humanes. Pla d'Inspecció de la Rambla - PIR: Reforçament del control sobre terrasses i parades. Fixació de llicències per a pintor si dibuixants.
- Mesures de gestió a La Rambla: Estudi de la Rambla com a zona ATE (àrea de tractament especial). Actuacions Taula Interdepartamental de La Rambla. Ordenació estàtues humanes. Remodelació quioscs. Millores enllumenat. Tancament nocturn Mercat de la Boqueria.
- Garantir l'equilibri entre el consum / activitat econòmica i el gaudi / passeig.
- Millorar l'autoritat administrativa i la seguretat.
- Millorar la qualitat dels serveis i de l'espai públic.
- Millorar la mobilitat del vianant.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130103. Nou accés al Museu Picasso per Plaça Sabartés

L'objectiu específic era convertir la Plaça Sabartés en l'accés principal del Museu Picasso.

Valoració Desestimat

130104. Pla Integral d'Actuacions al Park Güell

L'objectiu específic era aconseguir que els visitants gaudeixin d'una experiència de qualitat, alhora que es minimitzi la pressió turística en el barri, tot garantint l'ús del parc per part dels veïns.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Ordenar els usos del parc per adequar els espais i serveis a tots els usuaris (visitants i veïns).
- Millorar el coneixement i la presentació del parc des de les perspectives de la sostenibilitat i la cultura. Web i sistema de reserves d'entrades.
- Millorar la gestió general del parc i dels seus públics. Pla de gestió del Park Güell BSMSA.
- Definir una política de control d'accés de visitants a la zona monumental.
- Millorar la informació i la senyalització d'itineraris per permetre una major mobilitat dels visitants dins del parc.
- Gestió d'espais turístics. Pla de Gestió Park Güell
- Mesures del Pla de gestió del Park Güell. Limitar a 800 visitants/hora + 100 residents/hora. Cobrar entrada. Reserva i compra per Internet. Lliure accés pels veïns dels barris adjacents. Accés gratuït pels membres del Gaudir+Barcelona.
- Taula de Treball del Park Güell. Intermediació operadors turístics Park Güell.
- Senyalització turística del Park Güell.
- Regulació de la mobilitat d'autocars turístics al Park Güell: Regulació de l'encotxament i desencotxament a la zona bus de la carretera del Carmel. Aparcament amb temps limitat vinculada a la compra d'entrades per a grups amb reserva prèvia. Senyalització a la Plaça Santllehi de la impossibilitat d'usar l'aparcament si està complert. Definició de zones d'aparcament alternatiu.
- Recuperar caràcter públic i ciutadà d'espais urbans: Pla de gestió Park Güell. Jornades portes obertes. Descomptes. Creació del Guadir+BCN. Accés de veïns.
- Mobilitat: Reubicació i ampliació de la parada de taxis del carrer Olot. Desdoblament de la parada de bus turístic a la Trav de Dalt. Senyalització de vianants al carrer i metro.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Dotar un espai de difusió del coneixement sobre el parc. Projecte Casa Jaques. PLADETUR 2015.
- Dotar un punt d'informació i espai d'acollida i serveis proper a l'entrada històrica del parc.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

130105. Entorns Sagrada Família

L'objectiu específic era limitar o restringir l'oferta a la capacitat del viari pels diferents modes de transport. El nombre de visites d'acord els diferents modes de transport no poden suposar un impacte negatiu a la mobilitat de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Limitar o restringir l'oferta a la capacitat del viari pels diferents modes de transport.
- Establir mesures de pacificació del trànsit viari dels carrers limítrofes afavorint l'accés a peu dels vianants.

- Mobilitat d'autocars turístics a la zona de Sagrada Família (mobilitat, Guàrdia Urbana, Districte de l'Eixample, BSM, Turisme, hàbitat urbà).
- Regulació de la mobilitat d'autocars turístics a Sagrada Família: Definició d'una zona d'exclusió d'autocar turístics al perímetre. Prohibició de circular autocars turístics pel carrer Mallorca. Encotxament i desencotxament a la Plaça de la Hispanitat - Diagonal (10 minuts). Definició de zones d'estacionament (2 hores). Arranjament de voreres. Instal·lació de senyalització de vianants".
- Convivència Sagrada família: Pla d'acció Sagrada Família. Ordenació de l'oferta turística. Gestió de grups. Regulació d'itineraris i afluència. Millora de l'espai útil per vianants i visitants. Plans d'inspecció. Pla de dinamització comercial.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Afavorir per part dels gestors del Temple Expiatori de la Sagrada Família una adequada gestió dels fluxos de visitants, millorant els procediments de reserva prèvia i planificació de les visites.
- Minimitzar la incidència en l'ocupació de l'espai públic de les persones que visiten el Temple.
- Continuar amb l'ordenació, inspecció i control de les botigues de venda de souvenirs d'acord amb la normativa municipal.
- Proliferaió de botigues de records i franquícies modificació del Pla d'Usos d'establiments de souvenirs al voltant de la Sagrada Família.
- Afavorir la connexió a través de l'eix de l'Avinguda Gaudí per la visita al recinte modernista de l'Hospital de Sant Pau que comptarà amb un Centre d'Interpretació del Modernisme.
- Entorns Sagrada Família. Grup de Treball Districte - Mobilitat - Promoció Econòmica.
- Intervenció i seguiment de la Sagrada Família. Grups de treball per gestionar l'impacte del temple en l'entorn.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

1302. Seguretat ciutadana i turisme

Aquesta actuació impulsada des de Prevenció, Seguretat i Mobilitat en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, Guàrdia Urbana, Districtes, Junta local de seguretat, Mossos d'Esquadra, Departament d'Interior i Relacions Institucionals i Participació, Gremi d'Hotels de Barcelona, Fira, Port Aeroport, consolats i ambaixades, tenia per objectiu assolir nivells òptims de seguretat pels visitants de la ciutat; fomentar la corresponsabilitat davant els problemes d'inseguretat associats al turisme; millorar la imatge exterior de Barcelona en relació a la seguretat.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven sis línies principals de treball:

- 130201. Estudi percepció i incidència de seguretat: promocionar l'estudi criminològic sobre la percepció de seguretat i la incidència de conflictes relacionats amb el turisme.
- 130202. Consells d'autoprotecció: elaborar i difondre consells d'autoprotecció, amb la implicació dels operadors turístics i dels gestors dels espais de major afluència de visitant.
- 130203. Activitat serveis de policia: reforçar l'activitat dels serveis de policia per a prevenir problemes d'inseguretat relacionats amb el turisme.

- 130204. Resposta problemes d'inseguretat: millorar la resposta davant els problemes d'inseguretat associats al turisme.
- 130205. Implicació operadors turístics i gestors: implicar els operadors turístics i els gestors dels espais de major afluència de visitants en la prevenció i atenció als problemes d'inseguretat.
- 130206. Seguiment i promoció imatge exterior: fer un seguiment i promocionar la imatge exterior de Barcelona en relació a la seguretat ciutadana.

130201. Estudi percepció i incidència de seguretat: promocionar l'estudi criminològic sobre la percepció de seguretat i la incidència de conflictes relacionats amb el turisme

L'objectiu específic era fer un seguiment de l'evolució del turisme a la ciutat i la seva relació amb la seguretat ciutadana, tant des d'una vessant subjectiva, com objectiva.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Pla de Seguretat Ciutadana. Aplicació de les mesures proposades pel Grup de Treball de Prevenció de la Inseguretat per l'acció dels agents socio-econòmics.
- Participació en Grups de Treball del Pla local de Seguretat Urbana 2012-2015.
- Grup de Treball de Seguretat en el Comerç i el Turisme del Consell de Seguretat.
- Implementar accions encaminades a fer un seguiment de l'evolució del turisme a la ciutat i la seva relació amb la seguretat ciutadana.
- Mantenir una mesura periòdica a les estadístiques de l'activitat turística sobre l'evolució dels fluxos de turisme i del nivell de seguretat ciutadana. Incorporació del concepte turístic en les dades de seguretat. Dades de victimització.
- Identificar i fer un seguiment de les denúncies relacionades amb el turisme que s'interposen davant els serveis de Policia de Barcelona.
- Identificar els principals espais d'ús turístic de la ciutat i analitzar la concentració de denúncies en aquestes zones. Grup de Treball d'Allotjament turístic. Seguiment denúncies activitat d'allotjament.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Treballar per ampliar aquests estudis a tota l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

130202. Consells d'autoprotecció: elaborar i difondre consells d'autoprotecció, amb la implicació dels operadors turístics i dels gestors dels espais de major afluència de visitants

L'objectiu específic era elaborar i difondre consells d'autoprotecció, amb la implicació dels operadors turístics i dels gestors dels espais de major afluència de visitants.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Editar material informatiu "de lectura fàcil" per donar a conèixer els drets i els deures dels visitants amb la finalitat de prevenir problemes d'inseguretat. Campanya Welcome to Barcelona.
- Elaborar i difondre material informatiu adreçat a col·lectius específics de població turística i visitant. Campanya Welcome to Barcelona, amb documentació informativa en deu idiomes sobre conductes no desitjades que poden ser sancionades.

Valoració (100%) Assolit

130203. Activitat serveis de policia: reforçar l'activitat dels serveis de policia per a prevenir problemes d'inseguretat relacionats amb el turisme

L'objectiu específic era reforçar l'activitat dels serveis de policia per a prevenir problemes d'inseguretat relacionats amb el turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incrementar el nombre i la periodicitat dels contactes amb els gestors dels establiments hotelers i de les xarxes d'allotjament de la ciutat.
- Reunions amb responsables de locals d'oci nocturn amb l'objectiu de reduir sorolls.
- Reforçar la labor preventiva dels serveis de Policia davant els esdeveniments de gran afluència de visitants. Plans i mesures de seguretat específics en fires, congressos i activitats amb gran afluència de públic, a partir de l'experiència del Mobile World Congress.
- Adaptar el ritme de patrullatge preventiu i dissuasiu per tal d'incloure les zones d'ús turístic. Operatius per a detectar i evitar la venda ambulante. Control i repressió del consum abusiu de l'alcohol a la via pública. Pla per a l'Abordatge Integral del Treball Sexual. Actuació sobre els tril·lers. Reducció de les xifres de furt amb l'actuació policial contundent i coordinada entre GU i ME. Dispositiu especial per la nit de Cap d'Any.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

130204. Resposta problemes d'inseguretat: millorar la resposta davant els problemes d'inseguretat associats al turisme

L'objectiu específic era millorar la resposta davant els problemes d'inseguretat associats al turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Reforçar la informació als establiments hotelers i turístics de la ciutat sobre els procediments. Conveni Departament d'Interior i Gremi d'Hotels per a facilitar la realització de denúncies des dels hotels via web. Millora de la seguretat amb augment del patrullatge i prevenció.
- Incentivar la formació en idiomes per tal d'incrementar i d'adaptar els recursos lingüístics dels serveis policials. Punt específic del Fons de Foment del Turisme (actuació prevista). Serveis d'interprets-informadors a oficines dels mossos d'esquadra i guàrdia urbana. Coordinació amb consolats per millora la gestió d'incidències.
- Treballar per recuperar la pràctica de la prova preconstituïda en els casos de persones que s'han desplaçat temporalment a la ciutat i es preveu que no podran comparèixer a judici.
- Prestar atenció presencial especialitzada als visitants estrangers, sempre que sigui possible en el seu idioma, orientant-los i ajudant-los en aquells tràmits policials.
- Establir protocols de cooperació i derivació al cos consular d'aquells tràmits no policials davant les incidències que poden sorgir durant el viatge. Coordinació amb consolats per millora la gestió d'incidències. Atenció regular i específica dels cossos consulars acreditats a Barcelona.
- Barcelona aprova el nou Pla Local de Seguretat Ciutadana pel 2012-2015.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Reforç del servei de traducció a comissaries del Centre de la ciutat.
- Pla de Seguretat turística.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

130205. Implicació operadors turístics i gestors: implicar els operadors turístics i els gestors dels espais de major afluència de visitants en la prevenció i atenció als problemes d'inseguretat

L'objectiu específic era implicar els operadors turístics i els gestors dels espais de major afluència de visitants en la prevenció i atenció als problemes d'inseguretat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Dissenyar i difondre, conjuntament amb els operadors i serveis turístics de la ciutat, material informatiu i preventiu.
- Elaboració de materials adreçats als operadors i als visitants per facilitar les conductes preventives i d'autoprotecció. Coordinació amb consolats per a la millora d'incidències.
- Programa europeu Tourisme et sécurité en el marc del EFUS.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Promoure la col·laboració en el procés de detecció i de retorn de documents i d'objectes perduts o sostrets a visitants i turistes.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

130206. Seguiment i promoció imatge exterior: fer un seguiment i promocionar la imatge exterior de Barcelona en relació a la seguretat ciutadana

L'objectiu específic era fer un seguiment i promocionar la imatge exterior de Barcelona en relació a la seguretat ciutadana.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Impulsar el treball preventiu en els mercats emissors de turisme, facilitant informació i consells preventius en origen a través del contacte amb promotors turístics. Programa europeu Tourisme et sécurité en el marc del EFUS. Membre del Comitè Executiu de l'European Forum for Urban Security, desenvolupament el projecte Tourisme et sécurité-SAFER TC, amb el suport de la Comissió Europea.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Fer un monitoratge de la imatge exterior de Barcelona en relació a la seguretat ciutadana mitjançant un seguiment dels continguts i del tractament de la premsa dels països emissors de turisme. Monitoratge Enquesta de percepció del visitant de Barcelona.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

1303. Mobilitat turística

Aquesta actuació impulsada des de Mobilitat en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Territorial i Turisme, BSM, Guàrdia Urbana, Districtes, Transports Metropolitans de Barcelona, ATM, operadors i comercialitzadors turístics, tenia per objectiu establir les mesures de millora de la mobilitat turística que afavoreixin la seva plena compatibilitat amb la dinàmica de mobilitat de la ciutat.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven nou línies principals de treball:

- 130301. Informació mobilitat turística: sistematitzar un sistema i recollida d'informació que permeti conèixer el comportament i fer un seguiment de la mobilitat turística de la ciutat
- 130302. Transport col·lectiu de qualitat pels visitants: aconseguir un transport col·lectiu de qualitat pels visitants que sintonitzi amb les dinàmiques de la ciutat
- 130303. Transport especialitzat pels visitants: incrementar l'oferta de transport especialitzat pels visitants de la nostra ciutat
- 130304. Punts d'intercanvi modal: incrementar els punts d'intercanvi modal de turistes i excursionistes
- 130305. Pla d'estacionament i parades d'autocars turístics
- 130306. Els desplaçaments a peu
- 130307. Desplaçaments en bicicleta: ordenar i incentivar els desplaçaments dels visitants en bicicleta a l'interior de la ciutat
- 130308. Informació i senyalització: Millorar la informació dels sistemes de transport i de la senyalització útil pels visitants de la ciutat
- 130309. Gestió i coordinació de la demanda: gestionar la demanda tot incrementant la coordinació entre els diferents operadors turístics per evitar la sobresaturació dels diferents punts d'atracció turístics

130301. Informació mobilitat turística: sistematitzar un sistema i recollida d'informació que permeti conèixer el comportament i fer un seguiment de la mobilitat turística de la ciutat

L'objectiu específic era sistematitzar un sistema i recollida d'informació que permeti conèixer el comportament i fer un seguiment de la mobilitat turística de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aprofundir en el coneixement de la mobilitat dels turistes i excursionistes: realització d'un estudi específic de la mobilitat dels visitants. Incorporació del concepte turístic en les dades de mobilitat. Indicadors territorialitzats Hola BCN.
- Introduir preguntes sobre mobilitat a les enquestes que realitza anualment Turisme de Barcelona.
- Aprofundir en la mobilitat segons tipus d'allotjament. Canvis a l'enquesta als turistes (Ajuntament).

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Participació i impuls a l'elaboració del Pla de Mobilitat Turística.
- Realitzar anàlisis específiques de la mobilitat de nous centres turístics a potenciar dins la ciutat.

- Catalogar els diferents focus d'atracció turística, estudiar i impulsar millores en la mobilitat entre ells i entre els diferents punts generadors de mobilitat. Diagnosi del Pla de mobilitat turística.
- Identificar els punts amb potencial turístic de cada districte, que haurà d'anar acompanyada d'una proposta d'accessibilitat.
- Anàlisi de la mobilitat turística a cada nou focus d'atracció potencial abans de procedir a la seva promoció.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130302. Transport col·lectiu de qualitat pels visitants: aconseguir un transport col·lectiu de qualitat pels visitants que sintonitzi amb les dinàmiques de la ciutat

L'objectiu específic era aconseguir un transport col·lectiu de qualitat pels visitants que sintonitzi amb les dinàmiques de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Tenir en compte la mobilitat de turistes / excursionistes al modificar els serveis durant la temporada d'estiu i caps de setmana.
- Reforç de serveis per als esdeveniments singulars.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Reforçar o almenys no disminuir l'oferta de determinades línies urbanes de manera que s'aconsegueixi millorar el servei per a residents i visitants.
- Senyalització en diferents idiomes de les parades de transport públic situades al centre de la ciutat i a l'entorn de les zones turístiques. Senyalització turística xarxa transport públic. Conveni TMB FGC Senyalització turística xarxa transport públic.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130303. Transport especialitzat pels visitants: incrementar l'oferta de transport especialitzat pels visitants de la nostra ciutat

L'objectiu específic era Incrementar l'oferta de transport especialitzat pels visitants de la nostra ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Revisar les principals parades i estacions del Bus Turístic i Barcelona City Tour de forma que es trobin mesures per reduir les aglomeracions actuals.
- Revisar els recorreguts de les actuals línies de transport turístic, tenint en compte l'emergència i voluntat de potenciació de nous nodes.
- Potenciació de l'ús de la xarxa de transport públic (TMB i FGC), amb l'abonament Hola BCN!.
- Regulació de formes emergents de mobilitat de visitants (ginys).
- Mobilitat sostenible dels turistes iniciatives empresarials amb bicicletes i vehicles elèctrics Be Smart, We, World Experience Barcelona, etc.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Crear un bitllet integrat dels modes de transport turístic.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

130304. Punts d'intercanvi modal: incrementar els punts d'intercanvi modal de turistes i excursionistes

L'objectiu específic era incrementar els punts d'intercanvi modal de turistes i excursionistes que són els punts febles del desplaçament.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Implantació de nous punts d'intercanvi modal que permetin l'enllaç entre els desplaçaments de connexió i els interns.
- Potenciació de l'estació de La Sagrera com a punt d'arribada turístic.
- Connexió ferroviària directe i amb alta freqüència, entre l'aeroport i el centre de la ciutat.

Valoració (0%) No Iniciat / Crític

130305. Pla d'estacionament i parades d'autocars turístics

L'objectiu específic era continuar desplegant el Pla d'estacionament i parades d'autocars turístics, replantejant de cara el futur el modus de visita a la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Continuar desplegant el Pla d'estacionament i parades d'autocars turístics, replantejant de cara el futur el modus de visita a la ciutat.
- Crear zones de parada i estacionament vinculades als punts turístics. Pla estacionament autobusos Sagrada Família. Estacionament autobusos Park Güell. Estacionament autobusos Via Laietana. Estacionament d'autocars Turístics Via Laietana. Regulació d'estacionament d'autocar turístics a Ciutat Vella. Zones Bus a les vies perifèriques del districte. Regulació estacionament autocars turístics als hotels. ZonaBus8. ZonaBus Pla de gestió dels autocar turístics gestionats per B:SM.
- Millorar l'accés a la informació. Sensorització dels aparcaments d'autocars turístics.
- Millorar les Eines de comunicació per a accedir fàcilment al sistema d'estacionament. Plataforma d'informació servei Zona Bus.
- Aparcament per autocars turístics d'acord amb el Pla Director del Park Güell.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Millorar el Mitjans per a una bona planificació per part dels operadors.
- Comissions de transport i mobilitat de grans esdeveniments. SIGT previsió d'espais.
- Construcció d'un aparcament subterrani en les proximitats de la Sagrada Família.
- Ampliació de l'aparcament subterrani situat al Passeig de Lluís Companys, donant servei a la zona de Ciutat Vella.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

130306. Els desplaçaments a peu

L'objectiu específic era promocionar els desplaçaments a peu com a mode principal de desplaçaments dels visitants a la ciutat. Fomentar la mobilitat sostenible.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Fomentar entre els visitants l'opció de passejar a peu com a millor manera de desplaçar-s'hi i conèixer la ciutat. Productes específics walkingtours. Senyalització turística per a vianants. Smartquesines, Barcelona Contactless.
- Disposar, en els hotels de la ciutat, d'informació amb itineraris recomanats per anar a peu per la ciutat.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Mobilitat sostenible dels turistes iniciatives empresarials a peu, rutes.
- Promocionar els desplaçaments a peu com a mode principal de desplaçaments dels visitants a la ciutat.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130307. Desplaçaments en bicicleta: ordenar i incentivar els desplaçaments dels visitants en bicicleta a l'interior de la ciutat

L'objectiu específic era ordenar i incentivar els desplaçaments dels visitants en bicicleta a l'interior de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incentivar l'ús de la bicicleta per part dels visitants a través de les iniciatives de promoció turística.
- Promoure que les empreses de lloguer de bicicletes prestin els seus serveis a prop de les principals zones generadores de mobilitat turística. Mobilitat sostenible dels turistes iniciatives empresarials Be Smart, We, World Experience Barcelona, etc.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Regular l'ús i la circulació de ginyes a través de la convocatòria d'un concurs de concessió d'aquest servei turístic. Concessió ginyes turístics.
- Garantir que els visitants que circulen en bicicleta han estat prèviament informats per les empreses de lloguer de la normativa aplicable a Barcelona.
- Crear un mapa de carrils bici que uneixi punts turístics de la ciutat amb la possibilitat de comptar amb una senyalització específica.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130308. Informació i senyalització: Millorar la informació dels sistemes de transport i de la senyalització útil pels visitants de la ciutat

L'objectiu específic era millorar la informació dels sistemes de transport i de la senyalització útil pels visitants de la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incloure a la senyalització vertical orientativa de vianants de la ciutat el missatge del punt d'atracció en idiomes.
- Senyalització turística. Grup de treball senyalització. Pla de Treball per a la definició de criteris de senyalització turística.
- Senyalització turística per a vianants. Horta-Guinardó, Sants-Montjuïc, Ciutat Vella, Sarrià-S. Gervasi, Les Corts, Eixample, Nou Barris, Sant Andreu, Sant Martí, Gràcia.
- Informació i senyalització turística.
- Editar materials informatius per moure's a escala de barri. Mapa turístic Sant Martí, Nou Barris, Sant Andreu. Rutes turístiques Sarrià Sant-Gervasi

En aquest àmbit enlloc d'editar tríptics descriptius de la forma de moure's per la ciutat, es va apostar per les noves tecnologies per a la informació del turista.

Valoració (100%) Assolit

130309. Gestió i coordinació de la demanda: gestionar la demanda tot incrementant la coordinació entre els diferents operadors turístics per evitar la sobresaturació dels diferents punts d'atracció turístics

L'objectiu específic era gestionar la demanda tot incrementant la coordinació entre els diferents operadors turístics per evitar la sobresaturació dels diferents punts d'atracció turístics.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Avançar en sistemes de pre-reserva d'entrades.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Creació d'una taula de coordinació amb els operadors turístics.
- Replantar de forma global el model d'excursions i visites organitzades per la ciutat. Pla de mobilitat turística.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

1304. Ordenació i control de l'activitat turística

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica, Inspecció i Llicències en la que s'implicava a Districtes, Urbanisme, Guàrdia Urbana, Comerç i Consum, Consell Comarcal Barcelonès, Direcció General de Turisme, tenia per objectiu ordenar l'activitat turística per tal d'aconseguir el necessari equilibri definit pel Model Turístic proposat pel Pla Estratègic.

Aplicar les mesures de control de l'activitat turística que es du a terme en el municipi amb l'objecte d'assegurar la qualitat de l'oferta i el seu desenvolupament harmònic amb la dinàmica ciutadana.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven quatre línies principals de treball:

- 130401. Ordenació de l'activitat turística en els Plans especials d'usos
- 130402. Habitatges d'ús turístic
- 130403. Botigues venda "souvenirs"

- 130404. Inspecció activitat turística

130401. Ordenació de l'activitat turística en els Plans especials d'usos

L'objectiu específic era aplicar el nou Pla d'Usos que parteix del criteri general de limitació dels actuals usos turístics al Districte de Ciutat Vella; Establir, per part de l'administració municipal, un programa d'acompanyament que tingui com a objecte facilitar l'aplicació del nou Pla d'Usos de Ciutat Vella en tots aquells casos que el Pla plantegi la necessària adequació; Analitzar la densitat i efectes del parc hoteler i dels habitatges d'ús turístic per preveure la possibilitat de regular determinades zones de la ciutat, a través de la progressiva revisió d'aquests Plans d'usos, preceptiva cada quatre anys.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Modificació del Pla d'usos de Ciutat Vella. Possibilitats d'obrir nous bars i restaurants en zones específiques. Prohibició d'obertura d'apartaments turístics. Es permet la implantació de nous hotels a la franja perimetral de Ciutat Vella i en edificis catalogats "B".
- Establir un programa d'acompanyament que tingui com a objecte facilitar l'aplicació del nou Pla d'Usos de Ciutat Vella. Oficina CREA.
- Pla Especial Urbanístic Regulació Habitatges d'Ús Turístic Suspensió de llicències, anàlisi dels HUT, delimitació de zones específiques, revisió Pla especial, informe ambiental, Informe de sostenibilitat.
- Analitzar la densitat i efectes del parc hoteler i dels habitatges d'ús turístic per preveure la possibilitat de regular determinades zones de la ciutat. Informe desconcentració primer semestre 2014 Densitats parc hoteler i HUTs.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Aplicar el nou Pla d'Usos que parteix del criteri general de limitació dels actuals usos turístics al Districte de Ciutat Vella. Modificació del Pla d'usos.
- Restricció de nous establiments a totes les zones del Districte, amb la prohibició d'ampliar el nombre total de places hoteleres. Modificació del Pla d'usos.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130402. Habitatges d'ús turístic

L'objectiu específic era adaptar la normativa municipal als requeriments.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Adaptar la normativa municipal als requeriments del Decret de Regulació dels habitatges d'ús turístic.
- Concessió de llicències municipals amb caràcter temporal.
- Avaluar periòdicament l'increment d'habitatges d'ús turístic en algunes zones i barris, controlant eventualment el seu creixement a través dels Plans d'Usos.
- Pla Especial Urbanístic Regulació Habitatges d'Ús Turístic Suspensió de llicències, anàlisi dels HUT, delimitació de zones específiques, revisió Pla especial, informe ambiental, Informe de sostenibilitat.
- Mantenir en el Districte de Ciutat Vella l'operatiu específic d'inspecció i control d'habitatges d'ús turístic format per la Guàrdia Urbana i la Inspecció Polivalent.

- Pla de Xoc dispositiu d'inspecció. Campanya d'Inspecció HUT Barceloneta 2014.
- Grup de Treball d'Allotjament turístic. Seguiment denúncies activitat d'allotjament.
- Posar en pràctica en totes aquelles zones o barris d'altres Districtes de la ciutat l'operatiu d'inspecció i control que la densitat d'habitatges d'ús turístic ho aconselli.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Incentivar les bones pràctiques; promocionar aquells operadors que es caracteritzin per l'excel·lència del seu servei i afavorir un exercici responsable.
- Considerar preferentment els HUT's a l'hora de posar en marxa el programa Barcelona Recomana.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

130403. Botigues venda "souvenirs"

L'objectiu específic era continuar realitzant inspeccions de forma periòdica en les zones d'especial protecció, continuant desenvolupat campanyes específiques d'inspecció.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Inspeccions de forma periòdica en les zones d'especial protecció (Sagrada Família i Ciutat Vella).

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Continuar realitzant inspeccions de forma periòdica en les zones d'especial protecció.
- Adaptació del Pla Especial de souvenirs a la nova ordenació d'estacionament d'autocars a Sagrada Família.
- Suspensió de llicències botigues souvenir Ciutat Vella i Eixample (entorns Sagrada Família).

Valoració (25%) Iniciat / Crític

130404. Inspecció activitat turística

L'objectiu específic era incrementar la col·laboració amb els serveis d'inspecció turística, en els supòsits que contempla la Llei de Turisme.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Incrementar la col·laboració amb els serveis d'inspecció turística, en els supòsits que contempla la Llei de Turisme. Regulació específica per a la ciutat de Barcelona. Estratègies de regulació jurídica de l'allotjament de turístic. Mecanismes estables de coordinació amb les associacions d'allotjament turístic (GHB, APARTUR, ACATUR).
- Constituir un equip d'inspecció dels Albergs de Joventut per assegurar la coordinació entre el conjunt d'institucions implicades. Grup de Treball d'Allotjament. Especificitats dels albergs de joventut.
- Extensió de la campanya de control i Inspecció d'albergs juvenils a cinc districtes.
- Pla d'Inspecció dels allotjament turístics (HUTs, albergs...). Regulació de terrasses a l'espai públic. Terrasses Rambla de Poblenou Poble-Sec.
- Restricció horària per als locals d'alimentació.
- Ordenança: Autoritzacions de terrasses.

- Regulació horaris comercials.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

1305. Centre Municipal d'Operacions

Aquesta actuació impulsada des de Gerència Municipal, Prevenció, Seguretat i Mobilitat en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Promoció Econòmica, Medi Ambient, ICUB, Institut Barcelona Esports, Transports Metropolitans de Barcelona, operadors de transport, tenia per objectiu afavorir una adequada gestió dels fluxos de visitants per anticipar-nos als seus efectes, coordinant els serveis municipals i els operadors turístics.

Valoració mesura Desestimat

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 130501. Centre Municipal d'Operacions
- 130502. Fans Zone

130501. Centre Municipal d'Operacions

L'objectiu específic era constituir amb caràcter permanent un Centre Municipal d'Operacions per gestionar els fluxos de visitants que rep la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Gestionar els fluxos de visitants que rep la ciutat i donar respostes adients a l'ús de l'espai públic. Sistema Informació i Gestió Turística SIGT Informe mensual. CECOR Turisme.

El centre d'operacions va ser desestimant, tot i que s'ha avançat en la gestió de fluxos de visitants de la ciutat.

Valoració Desestimat

130502. Fans Zone (100%) Assolit

L'objectiu específic era la creació de Fans Zone per acollir els afeccionats que visiten la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Creació de Fans Zone per acollir els afeccionats que visiten la ciutat

Valoració (100%) Assolit

PROGRAMA 14. INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA

El programa tractava d'estructurar un sistema integral d'intel·ligència i innovació per a la millora de la planificació i gestió turística, tant pública com privada, esdevenint referents internacionals en el coneixement del turisme urbà.

Les mesures del programa són:

- 1401. Observatori Turisme urbà BCN
- 1402. Centre d'innovació turística BCN
- 1403. Portal del coneixement Turisme urbà BCN

Valoració general del programa:

14.	INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
1401.	OBSERVATORI TURISME URBÀ BCN	(50%) Iniciat / Regular
1402.	CENTRE D'INNOVACIÓ TURÍSTICA BCN	(25%) Iniciat / Crític
1403.	PORTAL DEL CONEIXEMENT TURISME URBÀ BCN	(0%) No iniciat / Crític

1401. Observatori Turisme urbà BCN

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica, Gabinet Tècnic de Programació en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, IDESCAT, INE, IET, centres universitaris i grups de recerca, Observatori de Turisme de Catalunya, Turespaña, gremis i associacions, tenia per objectiu dotar a Barcelona d'un espai integral d'intel·ligència turística que actuï com a plataforma receptora, generadora i distribuïdora del coneixement turístic de la destinació, del que ha de formar part molt rellevant el Sistema d'Informació Turístic de base que proporcioni dades estadístiques oficials sobre l'activitat turística de la destinació Barcelona.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 140101. Observatori Turisme urbà BCN: OBSETUR BCN
- 140102. Recomanacions per un millor Sistema Integral d'Informació Turística Bàsica

140101. Observatori Turisme urbà BCN: OBSETUR BCN

L'objectiu específic era disposar d'un espai de coordinació i generació de coneixement turístic que permeti donar una resposta adequada a les necessitats i reptes de futur de la destinació Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Concertar entre els diferents actors, principalment Turisme de Barcelona, l'Àrea de Promoció Econòmica i el Gabinet Tècnic de Programació, quina ha de ser la figura, l'encaix orgànic i lideratge del mateix. Creació del Grup de treball intel·ligència Turística.

- Definir les relacions entre els diferents agents implicats i els protocols d'acord entre les diferents parts. Conveni Ajuntament de Barcelona i Diputació de Barcelona. Clàusula cinquena. Informació i intel·ligència.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Promoure l'Observatori del Turisme Urbà BCN, com espai de coordinació i generació de coneixement turístic.
- Establir les bases d'un Sistema Integral de Informació Turística Bàsica, validant i tipificant les fonts estadístiques existents. Enquesta de percepció ciutadana sobre el turisme. Enquesta a turistes i visitants. Estudi d'Impacte Econòmic 2012-2013.
- Fer que l'Idescat actuï com a garantia del sistema d'informació turística, en la mesura que ja actua com a executor de les enquestes de l'INE (EOH), l'IET (Frontur, Egatur, Familitur) a Catalunya.
- Elaborar el Pla de Necessitats de l'Observatori.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

140102. Recomanacions per un millor Sistema Integral d'Informació Turística Bàsica

L'objectiu específic era disposar d'unes dades de base úniques i consistents per les variables fonamentals.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Disposar d'un sistema d'informació que proporcioni dades estadístiques oficials sobre l'activitat turística per a la ciutat de Barcelona.
- Disposar d'unes dades de base úniques i consistents per les variables fonamentals. Enquesta de percepció ciutadana sobre el turisme. Enquesta a turistes i visitants. Estudi d'Impacte Econòmic 2012-2013. Sistema Informació i Gestió Turística SIGT. Enquesta a turistes Costa de Barcelona. Estudis adhoc Enquesta WiFi.
- Proporcionar les dades turístiques oficials de referència per la ciutat de Barcelona.
- Canalitzar la participació a fòrums i altres espais de coneixement sobre turisme i ciutat i a les xarxes de coneixement turístic d'àmbit nacional, estatal i internacional .Tourmis, ECM, Dades Obertes Ajuntament.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Elaborar el Pla de Necessitats de l'Observatori.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

1402. Centre d'innovació turística BCN

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, centres universitaris, Diputació de Barcelona, Departament d'Innovació, Empresa i Universitats, Observatori de Turisme de Catalunya, gremis i associacions, Turespaña, tenia per objectiu contribuir a la millora de la destinació Barcelona i les seves empreses impulsant un espai que fomenti constantment la recerca aplicada, la capacitat d'innovar i la transferència tecnològica entre les universitats, els centres d'investigació, els experts, les administracions, les empreses i els agents productius.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 140201. Centre d'innovació turística BCN: BCN LABTUR

140201. Centre d'innovació turística BCN: BCN LABTUR

L'objectiu específic era promoure la creació d'un centre d'innovació turística impulsat des de l'àmbit de la cooperació públic-privada i essent la gran aposta per a la recerca i la innovació turística urbana.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Impulsar la creació del centre d'innovació turística com a òrgan de coordinació i gestió de la recerca i la innovació en Turisme Urbà.
- Contribuir a l'estructuració i consolidació dels grups d'innovació i recerca aplicada especialitzats en turisme en l'àmbit nacional, en el marc de l'IRTUCA i el programa Nacional de Recerca i Innovació PRI 2010-2013.

En aquest àmbit durant el 2015 s'està treballant en la configuració d'una comunitat d'innovació RIS3CAT. El grup de treball en el que participen Turisme de Barcelona, empreses privades, les administracions, centres de recerca i formació universitària, etc. està actualment avaluant les propostes del seu primer pla de treball, projectes innovadors, que una vegada aprovats rebran recolzament de fons europeus.

Valoració (25%) Iniciat / Crític

1403. Portal del coneixement Turisme urbà BCN

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Cambra de Comerç, Universitats i Grups de Recerca, IDESCAT, INE, IET, Observatori de Turisme de Catalunya, Diputació de Barcelona, Departament d'Innovació, Empresa i Universitats, Observatori de Turisme de Catalunya, gremis i associacions sectorials i Turespaña, tenia per objectiu promoure una plataforma única i interactiva de difusió del coneixement i de la informació turística, que permeti millorar la seva accessibilitat i disponibilitat, esdevenint l'espai virtual de referència per compartir coneixement turístic urbà.

Valoració mesura (0%) No iniciat / Crític

Es proposava una línia principal de treball:

- 140301. Portal del Coneixement Turisme Urbà BCN

140301. Portal del Coneixement Turisme Urbà BCN

L'objectiu específic era fomentar la participació, la socialització i la difusió del coneixement turístic en Turisme i Ciutat es proposa la creació d'un portal únic de coneixement en turisme urbà.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Estadístiques: Constitució Grup de Treball: IDESCAT, Observatori de Turisme, Gabinet Tècnic de Programació, Turisme de Barcelona, Promoció Econòmica. Grup de treball intel·ligència Turística.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Promoure el desenvolupament del Portal del Coneixement Turisme Urbà Barcelona, un cop desenvolupats els projectes Observatori i Centre d'innovació.
- Establir les relacions entre el Portal, l'Observatori i el Centre d'innovació turística BCN.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

PROGRAMA 15. LIDERATGE TURISME I CIUTAT

El programa tractava de contribuir al lideratge internacional de Barcelona com a model sostenible de turisme urbà, essent capdavantera en l'encaix turisme i ciutat.

Les mesures del programa són:

- 1501. Turisme i relacions institucionals
- 1502. Lideratge en el coneixement turístic
- 1503. Iniciatives i projecte per enfortir el posicionament estratègic de Barcelona
- 1504. Fem Pla Estratègic de Turisme BCN 2015

Valoració general del programa:

15.	LIDERATGE TURISME I CIUTAT	(50%) Iniciat / Regular
1501.	TURISME I RELACIONS INSTITUCIONALS	(50%) Iniciat / Regular
1502.	LIDERATGE EN EL CONEIXEMENT TURÍSTIC	(50%) Iniciat / Regular
1503.	INICIATIVES I PROJECTES PER ENFORTIR EL POSICIONAMENT ESTRATÈGIC DE BARCELONA	(75%) Iniciat / Òptim
1504.	FEM PLA ESTRATÈGIC DE TURISME BCN 2015	(25%) Iniciat / Crític

1501. Turisme i relacions institucionals

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Territorial i Turisme en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Promoció Internacional, Relacions Internacionals, Generalitat de Catalunya, Govern espanyol, OMT, UNESCO, altres organismes i associacions de prestigi, tenia per objectiu continuar millorant la presència de Barcelona en associacions, xarxes i institucions nacionals i internacionals de referència turística i urbana, mitjançant la participació activa en les mateixes, la introducció de nous discursos en la línia de l'encaix Turisme i Ciutat i afavorint l'establiment de seus de referència a Barcelona.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 150101. Captació de seus de prestigi
- 150102. Presència institucional, aliances i xarxes de ciutat
- 150103. Presència institucional a organismes i xarxes de promoció turística

150101. Captació de seus de prestigi

L'objectiu específic era projecció de la imatge i que permeten afegir valors en la línia del posicionament i model desitjat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aprofitar el desenvolupament integral de l'antic Hospital de Sant Pau com a seu d'institucions vinculades. amb la Secretaria de la Unió per la Mediterrània, i el Turisme.
- Nacions Unides ubica a Barcelona un centre per a promoure la col·laboració públic-privada en el desenvolupament de les ciutats col·laboració públic-privada en el desenvolupament de les ciutats intel·ligents de tot el món.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Continuar amb els esforços necessaris per tal que una nova seu de l'OMT (Organització Mundial del Turisme) per la Mediterrània sigui una realitat a Barcelona.
- Fer les gestions necessàries per tal d'impulsar una seu de la UNESCO pel desenvolupament del Turisme Responsable, a ubicar preferentment al recinte de l'antic Hospital de Sant Pau.

Valoració (25%) Iniciat / No Crític

150102. Presència institucional, aliances i xarxes de ciutat

L'objectiu específic era espais per a la generació de nou discurs en la línia del desenvolupament sostenible i l'encaix Turisme i Ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Aprofitar les relacions urbanes internacionals en el que Barcelona participa per tal d'establir convenis de col·laboració amb aquelles ciutats. Baden-Württemberg, Bilbao, Madrid, Buenos Aires, Curitiba, Donostia, Dubai, Dublín, Estado de Sonora (Mèxic), Israel, Kobe, l'Alguer, Lleida, Tarragona, Medellín, Tunja i Bogotà, Montpeller, Panamà, Paris Ille-de-France, Pequín, Xangai, Beijing, Qingdao, Roma, Torí, San Francisco. Miami. Los Angeles, Seül, Tokio, Tunja.
- Aprofitar la presència de Barcelona als òrgans de govern d'algunes de les xarxes per tal de valorar la possibilitat de introduir a l'agenda de les grans metròpolis, aspectes clau de la gestió del turisme a les ciutats i el seu encaix en el marc d'un desenvolupament sostenible. Eurocities. Membership Council Meeting's del Global Sustainable Tourism Council. Chief Executives of Capital and Major Cities.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

150103. Presència institucional a organismes i xarxes de promoció turística

L'objectiu específic era continuar treballant per enfortir la imatge i lideratge de Barcelona.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Continuar treballant per enfortir la imatge i lideratge de Barcelona i esdevenir capdavanters en aspectes significatius més enllà de la promoció de les destinacions. European Cities Marketing. Association of Significant Cities in Europe. International Congress and Convention Association (ICCA). MedCruise. Meeting Professionals International (MPI). Organització Mundial del Turisme (OMT). Society of Incentive Travel Executives (SITE). Spain Convention Bureau. UNESCOCAT. Union International des Associations (UIA). Virtuoso. World Tourist City Federation. Xarxa de Ciutats AVE. Xarxa Juderies.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

1502. Lideratge en el coneixement turístic

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, Departament d'Innovació, Universitat i Empreses, centres universitaris, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Turespaña, gremis i associacions, tenia per objectiu aconseguir que Barcelona esdevingui i sigui reconeguda internacionalment com la ciutat capdavantera en el coneixement i gestió de la relació del turisme i la ciutat.

Valoració mesura (50%) Iniciat / Regular

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 150201. Congrés Turisme i Ciutat: BCN city & tourism international congress
- 150202. Coneixement sobre el turisme urbà i la relació turisme i ciutat
- 150203. Projecte "Turisme a 4 ciutats d'Europa: Barcelona, Londres, París i ..."

150201. Congrés Turisme i Ciutat: BCN city & tourism international congress

L'objectiu específic era impulsar l'organització del Congrés Mundial sobre la relació turisme – ciutat.

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Impulsar l'organització del Congrés Mundial sobre la relació turisme – ciutat.
- Validar la proposta concreta.
- Comprometre els promotors.
- Encarregar l'organització del Congrés.
- Nomenar la direcció científica.
- Cercar patrocinadors i col·laboradors.
- Realitzar accions de difusió del Congrés.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

150202. Coneixement sobre el turisme urbà i la relació turisme i ciutat

L'objectiu específic era fomentar el lideratge en el coneixement del turisme urbà i la relació turisme i ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Millora del coneixement sobre turisme i ciutat. Conveni de col·laboració Ajuntament de Barcelona - CETT Càtedra Turisme. Màster de turisme urbà UB.
- Fomentar l'especialització en turisme urbà, i específicament la relació entre el turisme i la ciutat, a les Universitats, centres d'investigació i Escoles, promovent beques d'investigació, grups de recerca i alguna "càtedra turisme".

- Donar impuls a estudis de formació de 3r cicle, com màsters i postgraus especialitzats en Turisme Urbà. MASTER Gestión Turística de los Destinos Urbanos CETT UB. MASTER Direcció i Planificació del turisme UdG. MÀSTER de Turisme Urbà UB.
- Afavorir les relacions d'organismes d'investigació i la comunitat científica de prestigi nacional i internacional per desenvolupar coneixement. Working Group Destinations del Global Sustainable Tourism Council. Turisme urbà a European Cities Marketing. 8th Conference of Responsible Tourism on Destination. 1er Meeting Internacional de Destinacions Turístiques Responsables. Impuls Sustainable Tourism Destinations Global Network. Vinculació amb International Centre for Responsible Tourism. Premis de Turisme de Responsable de Catalunya. Participació World Tourist Cities Federation. 3rd Global Summit on City Tourism. Smart City Expo Congress 2014. Cimera Mundial sobre Turisme Urbà.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Impulsar la creació d'un màster interuniversitari Turisme i Ciutat: Barcelona City&Tourism Master, que es converteixi en un dels Màsters de referència en l'àmbit mundial.

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

150203. Projecte "Turisme a 4 ciutats d'Europa: Barcelona, Londres, París i ..."

L'objectiu específic era la creació d'una jornada anual de reflexió i sensibilització sobre la ciutat i el turisme, en la que es debatrien les oportunitats, les iniciatives i la transversalitat del turisme a la ciutat.

Valoració Desestimat

1503. Iniciatives i projecte per enfortir el posicionament estratègic de Barcelona

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Cambra de Comerç, Turisme de Barcelona, Medi Ambient, centres universitaris, Departament d'Innovació, Universitat i Empreses, empreses de capital risc, ICF i institucions financeres, gremis i associacions, tenia per objectiu identificar i donar suport a projectes i iniciatives singulars i excel·lents que ajudin a enfortir el posicionament estratègic de Barcelona.

Valoració mesura (75%) Iniciat / Òptim

Es proposaven dues línies principals de treball:

- 150301. Projectes innovadors d'especial interès
- 150302. Certificació de Barcelona com a destinació turística sostenible "Biosphere destination"

150301. Projectes innovadors d'especial interès

L'objectiu específic era donar suport a projectes excel·lents de referència que ajudin a enfortir el posicionament estratègic i de lideratge de Barcelona en l'encaix Turisme i ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Identificar i donar suport a projectes innovadors i estratègics per la destinació, així com identificar inversors disposats a posar en marxa iniciatives singulars i excel·lents. Catàleg de projectes RIS3CAT. Projecte Smart Touris Destination: Smart City.
- Enfortir llaços entre la universitat i el sector privat. Creació del Consell Assessor Municipal d'Universitats de Barcelona.
- Assegurar la disponibilitat de capital risc per donar suport a noves idees i a nous emprenedors.
- Atraure persones, marques, empreses, iniciatives, esdeveniments de referència. Events Landing. Mobile World Capital. Impuls Sustainable Tourism Destinations Global Network. Turisme urbà a European Cities Marketing. Vinculació amb International Centre for Responsible Tourism. Premis de Turisme de Responsable d'eCatalunya. Participació World Tourist Cities Federation. Dossier Sectorial de Turism i del Model turístic de Barcelona.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Elaborar un inventari d'iniciatives, projectes i empreses innovadors que "ens agradaria" s'estableixin a Barcelona.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

150302. Certificació de Barcelona com a destinació turística sostenible "Biosphere destination"

L'objectiu específic era la implantació del Sistema de Turisme Responsable a la ciutat de Barcelona, obtenint la certificació BIOSPHERE en la categoria de destinació.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Definir un pla d'acció per a la implantació del Sistema de Turisme Responsable a la ciutat de Barcelona, obtenint la certificació BIOSPHERE en la categoria de destinació.
- Fer de Barcelona la primera destinació urbana certificada com a BIOSPHERE al món.
- Posada en marxa del Pla d'acció per a la implantació del sistema de turisme responsable a la ciutat de Barcelona, la certificació BIOSPHERE.
- Signatura per part de l'Alcalde, de la Carta de Turisme Responsable de la UNESCO.
- Signatura per part de l'Ajuntament de Barcelona d'una carta de compromís que reconegui el compromís dels principis del Turisme Responsable.
- Ratificació de la Certificació com a destinació turística sostenible "Biosphere World Class Destination".
- Revisió de la certificació Biosphere amb els criteris de GSTC
- Document Memòria de Sostenibilitat Turística 2012. Document Memòria de Sostenibilitat Turística 2013.
- Creació d'un canal estable de comunicació estable entre el visitant i ITR.
- GSTC Destination Criteria.

Valoració (100%) Assolit

1504. Fem Pla Estratègic de Turisme BCN 2015

Aquesta actuació impulsada des de Promoció Econòmica en la que s'implicava a Turisme de Barcelona, tenia per objectiu donar continuïtat al procés participatiu emprat durant l'elaboració del Pla Estratègic de turisme 2015, ajudant a consolidar la presència del turisme a la societat, coordinant mesures per tal d'avançar en l'encaix Turisme i Ciutat.

Valoració mesura (25%) Iniciat / Crític

Es proposaven tres línies principals de treball:

- 150401. Projecció permanent del Pla: www.turismebcn2015.cat
- 150402. Jornades i debats sobre l'encaix i la millora competitiva del turisme a la ciutat
- 150403. Idees per millorar: Plataforma Open Innovation Lab Barcelona i el Turisme

150401. Projecció permanent del Pla: www.turismebcn2015.cat

L'objectiu específic era donar continuïtat a la web del Pla Estratègic, tot actualitzant i generant continguts i informacions al voltant del coneixement del Pla Estratègic, el turisme i la ciutat.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Continuar amb la web del Pla, capitalitzant l'esforç realitzat i esdevenint una eina més enllà de la fase d'elaboració del mateix.

Valoració (50%) Iniciat / Regular

150402. Jornades i debats sobre l'encaix i la millora competitiva del turisme a la ciutat

L'objectiu específic era continuar impulsant la participació i l'organització d'actes, jornades i debats sobre els reptes i propostes clau del Pla.

Les principals actuacions realitzades durant el Pla són:

- Continuar impulsant la participació i l'organització d'actes, jornades i debats sobre els reptes i propostes clau del Pla. Audiència pública Turisme. Aula d'Innovació ESADE. Model turístic. Ciutat i Turisme: Bases per al Pacte local i transversal per promoure el turisme responsable i sostenible.
- Continuar amb la presència als mitjans de comunicació, l'assistència a symposiums, congressos i altres espais de reflexió i divulgació.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Impulsar i articular espais d'interacció i debat, taules de participació i d'altres instruments per tal d'apropar postures i afavorir l'encaix.
- Realització Congrés Turisme i Ciutat Congrés Turisme i Ciutat: BCN city&tourism international congress

Valoració (75%) Iniciat / Òptim

150403. Idees per millorar: Plataforma Open Innovation Lab Barcelona i el Turisme

L'objectiu específic era l'obertura d'un canal com a "finestra oberta permanent" per canalitzar les noves idees i obtenir noves propostes innovadores al voltant del Pla i construir un "global brain".

Aquesta línia de treball no ha tingut actuacions concretes.

Actuacions amb un resultat inferior al 50% de desenvolupament:

- Desenvolupar una plataforma de participació 2.0 a internet dirigida fonamentalment a la ciutadania, experts i professionals on puguin donar resposta als reptes del Pla, aportar les seves idees, votar, valorar i comentar les idees dels altres usuaris.

Valoració (0%) No iniciat / Crític

03 CONCLUSIONS

Avaluació global

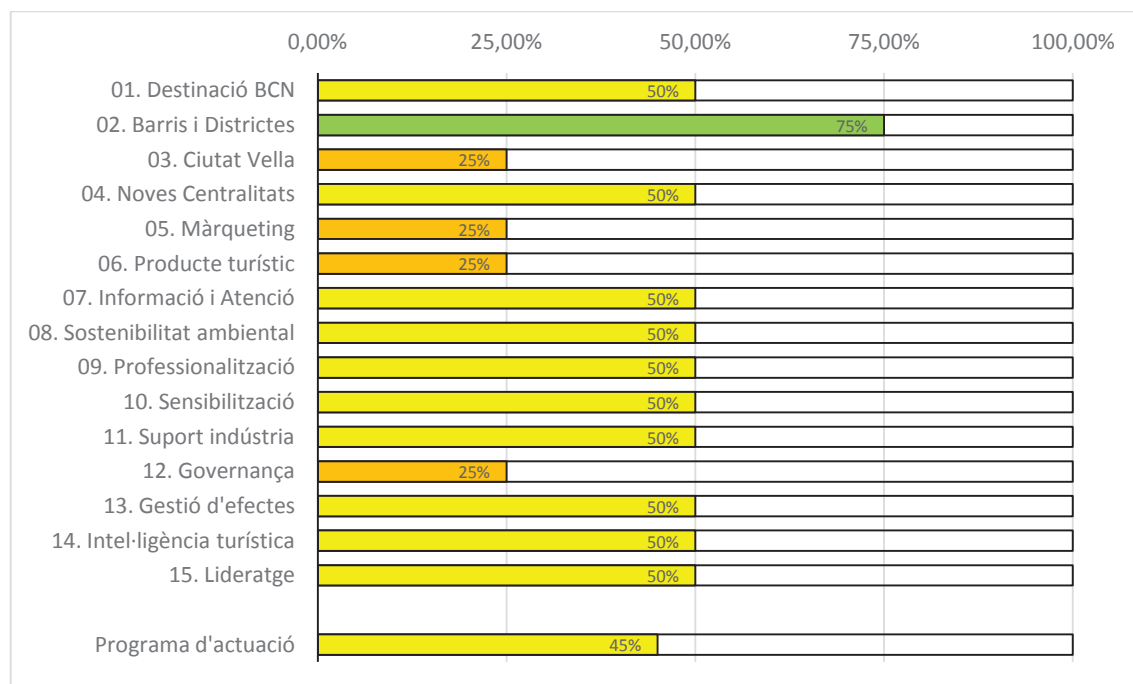
El resultat de l'avaluació dels programes i les mesures del pla és el següent.

Actuació	Denominació	Avaluació
01.	DESTINACIÓ BARCELONA	(50%) Iniciat / Regular
0101.	CRITERIS I CONCERTACIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0102.	BARCELONA, PORTA D'ENTRADA	(0%) No iniciat / No Crític
02.	BARRIS I DISTRICTES	(75%) Iniciat / Optim
0201.	LA BARCELONA DELS BARRIS	(75%) Iniciat / Optim
0202.	PLANIFICACIÓ I GESTIÓ DEL TURISME	(100%) Assolit
03.	CIUTAT VELLA	(25%) Iniciat / Crític
0301.	GOVERNANÇA I GESTIÓ DELS EFECTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(75%) Iniciat / Optim
0302.	DELIMITACIÓ D'USOS TURÍSTICS: EL PLA D'USOS	(50%) Iniciat / Regular
0303.	NOUS ATRACTIUS TURÍSTICS: ACTUACIONS URBANES AL PERÍMETRE DE CIUTAT VELLA	(25%) Iniciat / Crític
0304.	ESPais DE REFLEXIÓ I DEBAT SOBRE EL TURISME	(25%) Iniciat / Crític
04.	APROFITAMENT TURÍSTIC DE LES INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT I LES NOVES CENTRALITATS URBANES I EQUIPAMENTS	(50%) Iniciat / Regular
0401.	INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT	(50%) Iniciat / Regular
0402.	NOVES CENTRALITATS URBANES I EQUIPAMENTS	(50%) Iniciat / Regular
05.	MÀRQUETING	(25%) Iniciat / Crític
0501.	OBJECTIUS ESTRATÈGICS DE MÀRQUETING	(50%) Iniciat / Regular
0502.	POSICIONAMENT DE BARCELONA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
0503.	PRODUCTES I MERCATS ESTRATÈGICS	(50%) Iniciat / Regular
0504.	ESTRATÈGIA GENERAL DE PROMOCIÓ	(0%) No iniciat / Crític
0505.	ESTRATÈGIA D'E-MÀRQUETING I ESTRUCTURA BÀSICA DEL NOU PORTAL TURÍSTIC	(50%) Iniciat / Regular
0506.	DESENVOLUPAMENT DEL PLA DE MÀRQUETING DE TURISME 2011-2015	(25%) Iniciat / Crític
06.	ADAPTACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC	(25%) Iniciat / Crític
0601.	ADAPTACIÓ DEL PRODUCTE BARCELONA-DESTINACIÓ	(25%) Iniciat / Crític
0602.	ADAPTACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES	(50%) Iniciat / Regular
0603.	ADAPTACIÓ DELS PRINCIPALS SECTORS IMPLICATS	(25%) Iniciat / Crític
0604.	BARCELONA RECOMANA	(0%) No iniciat / No Crític
07.	INFORMACIÓ I ATENCIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0701.	BCN? BARCELONA CENTRE D'INTERPRETACIÓ	(0%) No iniciat / No Crític
0702.	LA INFORMACIÓ I LES NOVES TECNOLOGIES	(75%) Iniciat / Optim
0703.	ATENCIÓ AL VISITANT	(75%) Iniciat / Optim
0704.	ANTENES EXTERIORS, AMBAIXADORS I AMICS DE BARCELONA	(0%) No iniciat / No Crític
08.	SOSTENIBILITAT AMBIENTAL	(50%) Iniciat / Regular
0801.	AVALUACIÓ DE L'IMPACTE AMBIENTAL DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
0802.	VALORITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA DELS ACTIUS AMBIENTALS DE LA DESTINACIÓ (*)	(50%) Iniciat / Regular
0803.	FOMENT DE L'EXPERTESA, LA INNOVACIÓ I LES BONES PRÀCTIQUES AMBIENTALS	(50%) Iniciat / Regular
09.	PROFESSIONALITZACIÓ	(50%) Iniciat / Regular
0901.	CONCERTACIÓ PER A UNA OCUPACIÓ DE QUALITAT	(50%) Iniciat / Regular
0902.	DIAGNÒSTIC DE L'OFERTA FORMATIVA I ANÀLISI QUALITATIVA DE LES NECESSITATS FORMATIVES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(75%) Iniciat / Optim
0903.	MESURES I INCENTIUS A LA CAPACITACIÓ, QUALIFICACIÓ I RETENCIÓ DELS TREBALLADORS	(0%) No iniciat / Crític
0904.	FORMACIÓ TURÍSTICA (REGLADA, OCUPACIONAL, CONTÍNUA, DIRECTIVA...)	(75%) Iniciat / Optim
10.	SENSIBILITZACIÓ I PEDAGOGIA	(50%) Iniciat / Regular
1001.	APROPAR EL TURISME A LA CIUTADANIA	(50%) Iniciat / Regular
1002.	SENSIBILITZACIÓ DELS VISITANTS	(25%) Iniciat / Crític
1003.	RELACIÓ AMB LES INSTITUCIONS I INDÚSTRIA TURÍSTICA	(75%) Iniciat / Optim
11.	SUPORT I PARTENARIAT AMB LA INDÚSTRIA	(50%) Iniciat / Regular
1101.	ATRACCIÓ D'EMPRENEDORS, EMPRESSES I INVERSIONS	(50%) Iniciat / Regular
1102.	ENFORTIMENT DEL TEIXIT ASSOCIATIU I MILLORA DE LA COMPETITIVITAT SECTORIAL	(75%) Iniciat / Optim
1103.	FOMENT DE LA QUALITAT, LA INNOVACIÓ I LES NOVES TECNOLOGIES	(50%) Iniciat / Regular
12.	NOVA GOVERNANÇA I FINANÇAMENT	(25%) Iniciat / Crític
1201.	CONSELL TURISME I CIUTAT	(0%) No iniciat / Crític
1202.	CONSORCI TURISME DE BARCELONA	(25%) Iniciat / Crític
1203.	ADEQUACIÓ DE L'ESTRUCTURA EXECUTIVA DE L'AJUNTAMENT ALS REPTES QUE PLANTEJA EL TURISME A LA CIUTAT	(75%) Iniciat / Optim
1204.	PROMOCIÓ GLOBAL DE CIUTAT - CITY MARKETING	(25%) Iniciat / Crític
1205.	FONS ECONÒMIC TURISME I CIUTAT	Desestimat
1206.	EXECUCIÓ, SEGUIMENT I AVALUACIÓ DEL PLA ESTRATÈGIC 2015	(25%) Iniciat / Crític
13.	GESTIÓ MUNICIPAL DELS EFECTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
1301.	GESTIÓ D'ESPais TURÍSTICS	(50%) Iniciat / Regular
1302.	SEGURETAT CIUTADANA I TURISME	(50%) Iniciat / Regular
1303.	MOBILITAT TURÍSTICA	(25%) Iniciat / Crític
1304.	ORDENACIÓ I CONTROL DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA	(25%) Iniciat / Crític
1305.	CENTRE MUNICIPAL D'OPERACIONS	Desestimat
14.	INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA	(50%) Iniciat / Regular
1401.	OBSERVATORI TURISME URBÀ BCN	(50%) Iniciat / Regular
1402.	CENTRE D'INNOVACIÓ TURÍSTICA BCN	(25%) Iniciat / Crític
1403.	PORTAL DEL CONEIXEMENT TURISME URBÀ BCN	(0%) No iniciat / Crític
15.	LIDERATGE TURISME I CIUTAT	(50%) Iniciat / Regular
1501.	TURISME I RELACIONS INSTITUCIONALS	(50%) Iniciat / Regular
1502.	LIDERATGE EN EL CONEIXEMENT TURÍSTIC	(50%) Iniciat / Regular
1503.	INICIATIVES I PROJECTES PER ENFORTIR EL POSICIONAMENT ESTRATÈGIC DE BARCELONA	(75%) Iniciat / Optim
1504.	FEM PLA ESTRATÈGIC DE TURISME BCN 2015	(25%) Iniciat / Crític

De les 55 mesures, 2 han estat valorades com a Desestimat, 4 (0%) No iniciat / Crític; 4 (0%) No iniciat / No Crític, 13 (25%) Iniciat / Crític, 21 (50%) Iniciat / Regular, 10 (75%) Iniciat / Òptim, i 1 (100%) Assolit.

Dels 15 programes d'actuació, 10 obtenen una valoració mitjana del seu grau de desenvolupament de (50%) Iniciat / Regular, 4 assoleixen una valoració (25%) Iniciat / Crític i 1 programa es valora com a (75%) Iniciat / Òptim.

El programa amb major grau de desenvolupament és el 02. Barris i Districtes. El programa amb un menor grau de desenvolupament és 12. Governança.



En el seu conjunt els programes del Programa d'Actuació 2010 - 2015 assoleixen una valoració mitjana del seu grau de desenvolupament inferior al 50%.

Resum de l'avaluació de les propostes

- En general, de l'anàlisi i avaluació del Pla Estratègic es poden destacar dos aspectes: en primer lloc, el gran repte de l'encaix del turisme a la ciutat de Barcelona; en segon lloc, el seu marcat caràcter transversal amb programes i mesures d'actuació en àmbits tant diversos com els barris i districtes, la sostenibilitat o la governança del turisme.
- En el seu conjunt, els programes del Programa d'Actuació 2010 - 2015 assoleixen una valoració mitjana del seu grau de desenvolupament inferior al 50%. Aquest resultat es pot valorar com a una baixa aplicabilitat.
- El Programa d'Actuació 2010-2015 tenia una marcada ambició, responia a un llarg procés d'elaboració i a una demanda clara de la societat que sentia la pressió generada per les activitats turístiques. En general, el grau d'aplicabilitat mostra una falta de continuïtat de moltes de les mesures acordades, i una falta d'alineament dels agents i mitjans per fer possible l'execució de les actuacions.
- El programa amb major grau de desenvolupament és el 02. Barris i Districtes. El programa amb un menor grau de desenvolupament és el 12. Governança.
- Del conjunt de mesures, cal esmentar les actuacions de Barris i Districtes. En aquest àmbit s'ha treballat en la planificació i gestió turística dels barris i districtes, elaborant els Plans de turisme dels Districtes. Aquesta ha estat una de les principals i més destacades actuacions desenvolupades durant el temps de vigència del Pla.
- Una altre mesura destacable ha estat la relacionada amb la sostenibilitat. La certificació de Barcelona sota els estàndards de Biosphere World Class Destination (ITR-UNESCO) i la revisió de criteris de la GSTC, han afavorit la implantació de mesures de caràcter sostenible a nivell social, econòmic, patrimonial i medi ambiental, així com un formulació clara de la política de turisme sostenible de la ciutat.
- En quant a la participació de les empreses privades en el Pla 2015, aquest es pot avaluar com un dels temes a millorar. Les adverses condicions econòmiques de la crisi amb un entorn altament volàtil i d'incertesa ha provocat una situació complexa. En general les empreses del sector han sobreviscut a aquest difícil període amb resultats millors que altres sectors d'activitats, i només una part de l'empresariat ha participat en el desplegament del PET15, i en les accions conjuntes que requeria la destinació Barcelona.
- Mesures per millorar els efectes de l'activitat turística amb temes de seguretat, mobilitat o ordenació, així com la gestió d'espais d'alta aflluència turística amb intervencions al Park Güell, la Sagrada Família o la Rambla, entre d'altres, han estat prioritàries en la gestió turística de la ciutat.
- La crisi econòmica ha marcat bona part del període 2010-2015. Aquesta situació ha modificat l'entorn econòmic i social, dificultant en gran mesura l'aplicació de programes com el relacionat amb la professionalització i actuacions com la millora de les condicions laborals sectorials.

- Paral·lelament a la crisi, s'han produït altres fenòmens emergents com l'economia col·laborativa o l'increment massiu de noves formes d'allotjament, així com l'avanç en la tecnologia i la seva aplicació a la ciutat (smart city). Aquests fenòmens han afavorit un continu increment de l'activitat turística i han posat encara més pressió a determinats punts de la ciutat amb una alta densitat d'impactes turístics.
- Durant la vigència del Pla el turisme ha incrementat substancialment la seva presència en tots els mitjans de comunicació. Aquest fet es reflexa en les més de 400 notes de premsa relacionades amb turisme del departament de comunicació municipal. Tot i això, el Pla Estratègic no ha tingut visibilitat, ni ha estat present als mitjans i a la societat en general.
- La revisió del recull de documents tècnics del departament de Turisme i Esdeveniments, i d'altres departaments municipals i ens com Turisme de Barcelona, mostra els esforços i treballs realitzats. Tanmateix, part de les actuacions realitzades en matèria de turisme no estaven incloses a les actuacions del Pla Estratègic aprovat al 2010, i per aquest motiu no poden ser avaluades i incloses en aquest informe.